

FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
SERVICIOS RECREATIVOS ACUÁTICOS EN EL PARQUE BICENTENARIO DEL  
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos  
para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas Hoteleras  
y Turísticas

Profesor Guía

Lic. Walter Omar Ocaña Zambrano

Autora

Melany Pamela Benavides Tapias

Año

2015

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema y tomando en cuenta la Guía de Trabajos de Titulación correspondiente”

-----  
Walter Omar Ocaña Zambrano  
Licenciado en Turismo Ecológico y Maestro en Ciencia Sociales  
C.I. 1716003949

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

---

Melany Pamela Benavides Tapias  
C.I. 1713916128

## **AGRADECIMIENTO**

Este agradecimiento está dirigido a todas las personas que apoyaron la culminación de mi carrera:

A Dios por sus bendiciones.

A mis padres, hermanos, tíos y primos, que compartieron alegrías y tristezas a lo largo de mi vida.

A mi profesor y Guía Walter Ocaña, por su paciencia y por brindarme su tiempo y sus conocimientos en este proyecto.

A mis profesores Bolívar Pico, Ana Carolina Maldonado, Gabriela Romo, Víctor Llugsha, William Aguas, Luis Pavón, que a lo largo de mi carrera me educaron y me enseñaron a valorar el futuro.

Melany

## DEDICATORIA

Una etapa de mi vida ha culminado exitosamente, doy gracias a Dios por sus bendiciones y por darme a los mejores padres, Ramiro Ricardo Benavides y Marilyn Tapias, gracias papis por sus consejos y por ser un ejemplo a lo largo de mi vida y por darme las fuerzas necesarias para seguir adelante.

A Richard y Ramiro Andrés por ser unos hermanos incondicionales y por brindarme su apoyo.

A mis tíos por estar siempre pendientes de mí en las buenas y en las malas.

A Ne, Roberto, y Miri por su apoyo para terminar este proyecto. A Dome mi mejor amiga, cuñada y hermana. Este proyecto se los dedico porque sin ustedes esta aventura no hubiese sido la misma.

TIA SILVANA esto va por ti.

LOS AMO

## RESUMEN

El presente proyecto busca demostrar la factibilidad de implementar una empresa de servicios recreativos acuáticos en el Parque Bicentenario del Distrito Metropolitano de Quito, en la provincia de Pichincha.

La empresa que ofrecerá estas actividades de recreación acuática, servicio de bar y área recreativa infantil, tendrá el nombre de *Ecobotes*, la cual permitirá a los visitantes y turistas dar momentos de esparcimiento y recreación en un ambiente agradable y en contacto con la naturaleza.

Los conceptos y definiciones analizados en el marco teórico, plan de negocios, análisis de mercado, plan de marketing y plan de operaciones, permiten establecer un conocimiento claro de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del presente proyecto.

Con el análisis del plan financiero y el flujo de caja del proyecto se demuestra que el tiempo de 5 años es suficiente y sustentable para la recuperación de la inversión.

El incremento turístico que en los últimos años se ha evidenciado en la capital ecuatoriana, de manera particular: al Centro Histórico, la Mitad del Mundo, Teleférico, calle La Ronda, son claros indicios para proyectar que el Parque Bicentenario se convierta en un nuevo punto de encuentro para nacionales y extranjeros, como lo espera el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, en su plan para este parque.

En tal virtud *Ecobotes*, al ser parte de esta gran estructura que tendrá el Parque Bicentenario, será un proyecto que cubrirá las necesidades y expectativas de los usuarios y contribuirá de manera positiva con el engrandecimiento y desarrollo del concepto de Quito, como ciudad Maravilla del Mundo.

## ABSTRACT

This project seeks to demonstrate the feasibility of implementing a recreational water sports company in the Bicentennial Park located in the Metropolitan District of Quito in the province of Pichincha.

The company will be named *Ecobotes* and it will offer recreational activities, a food court and a children's play area, which will provide visitors and tourists moments of leisure and recreation in a friendly atmosphere with direct contact to nature.

The concepts and definitions discussed in the theoretical framework, business plan, market analysis, marketing plan and operational plan, allow us to establish a clear understanding of the strengths, weaknesses, opportunities and threats of this project.

The analysis of the financial plan shows us that a time frame of 5 years is sufficient and sustainable for investment recovery.

Due to the growth in tourism in recent years that has occurred in the Ecuadorian capital, particularly in: the historic center, the Equator, the Teleferico, and Street La Ronda, it has become clear that the Bicentennial Park will become a popular meeting place for locals and foreigners, as expected by the Metropolitan District Municipality of Quito, in their plan for this park.

For the reasons stated, *Ecobotes* will form part of the Bicentennial Park's great structure. This is a project that will meet the needs and expectations of its users and contribute to the enhancement and development of the concept of Quito, as a city recognized as a Wonder of the World.

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
1. MARCO TEÓRICO .....	6
1.1 Sistema Turístico.....	6
1.2 Recreación.....	8
1.3 Servicios Recreativos.....	8
1.3.1. Recreaciones en espacios urbanos.....	9
1.4 Parque Urbano.....	10
1.4.1. Empresa de servicios recreativos .....	11
2. PLAN DE NEGOCIO.....	13
2.1. Planeación estratégica .....	13
2.1.1. Marco Legal .....	13
2.1.1.1. Tipo de Compañía .....	13
2.2. Naturaleza del Proyecto.....	19
2.3. Descripción de la empresa.....	22
2.3.1. Descripción de los servicios .....	22
2.3.1.1. Alquiler de botes .....	22
2.3.1.2. Servicio de alimentos y bebidas.....	22
2.3.1.3. Área de recreación.....	23
2.4. Estructura Organizacional .....	23
2.4.1. Perfiles de puestos y funciones del personal .....	25
2.4.1.1. Gerencia .....	25
2.4.1.2. Administración .....	26
2.4.1.3. Cajero/ Cajera.....	27
2.4.1.4. Mesero/ Mesera.....	27
2.4.1.5. Boletero/ Boletera .....	28
2.4.1.6. Operario de mantenimiento .....	28
2.4.1.7. Contador/ Contadora .....	29

2.4.1.8. Servicio generales .....	29
2.4.1.9. Animador/ Animadora .....	30
2.4.1.10. Seguridad .....	31
2.5. Competencia Directa .....	31
2.5.1. Parque “La Carolina” .....	32
2.5.2. Parque la Alameda.....	32
2.5.3. Parque Metropolitano Equinoccio .....	33
2.6. Análisis FODA .....	33
2.6.1. Análisis interno y externo .....	33
2.6.1.1. Análisis del Entorno Interno .....	34
2.6.1.2. Análisis del entorno exterior.....	34
2.7. Estrategias mediante el DAFO .....	35
2.7.1. Planteamiento de estrategias.....	35
2.7.1.1. Definición de estrategias.....	36
2.8. Análisis de competitividad .....	37
2.8.1. Ventaja Competitiva .....	37
3. ANÁLISIS DE MERCADO .....	39
3.1. Objetivo del estudio de mercado .....	39
3.1.1. Metodología de la Investigación.....	39
3.1.2. Definición del problema de investigación .....	39
3.1.3. Diseño de la investigación.....	40
3.1.4. Investigación cuantitativa .....	40
3.1.5. Investigación descriptiva .....	40
3.1.6. Datos de información secundaria .....	41
3.2. Entrevistas a expertos .....	41
3.2.1. Información del Parque Bicentenario de Quito.....	41
3.3. Determinación de la muestra .....	43
3.3.1. Caracterización de la población .....	43
3.3.2. Definición de la fórmula muestral .....	43
3.3.3. Aplicación de la muestra.....	44
3.4. Aplicación de encuestas .....	44

3.4.1. Análisis de encuestas.....	45
3.4.1.1. Datos generales; caracterización de las y los encuestados.....	45
3.4.1.2. Análisis de preferencias.....	49
3.5. Conclusiones del estudio de mercado .....	61
<b>4. PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>62</b>
4.1. Definición de marketing .....	62
4.1.1. Desarrollo de las 8ps de Marketing.....	62
4.2. Elementos del Producto.....	63
4.2.1. Información .....	64
4.2.2. Toma de pedidos .....	64
4.2.3. Facturación .....	65
4.2.4. Pago.....	65
4.2.5. Consulta .....	65
4.2.6. Hospitalidad .....	65
4.2.7. Cuidado.....	66
4.3. Plaza.....	66
4.3.1. Lugar y Tiempo .....	67
4.4. Precio .....	67
4.4.1. Estrategia de Fijación de Precios.....	67
4.4.1.1. Fijación de precios basados en la competencia.....	68
4.4.1.2. Fijación de precio basado en el punto de equilibrio .....	69
4.4.1.3. Fijación de precio basado en el valor percibido .....	69
4.5. Promoción y Publicidad .....	69
4.5.1. Publicidad.....	70
4.5.1.1. Página Web .....	70
4.5.1.2. Redes Sociales .....	71
4.5.1.3. Vallas Publicitarias.....	72
4.5.1.4. Trípticos .....	73
4.5.2. Nombre de la empresa.....	73
4.5.3. Logotipo .....	74
4.5.4. Uso del Logo .....	74

4.5.5. Descripción del logo.....	75
4.5.6. Eslogan .....	75
4.6. Proceso.....	75
4.7. Entorno Físico .....	77
4.8. Productividad y Calidad .....	78
<b>5. PLAN DE OPERACIONES .....</b>	<b>79</b>
5.1. Estudio Técnico .....	79
5.2. Localización de la Empresa .....	79
5.2.1. Extensión .....	80
5.2.2. Accesibilidad .....	81
5.2.3. Clima .....	82
5.2.4. Flora .....	82
5.3. Estudio arquitectónico.....	83
5.3.1. Infraestructura de la empresa .....	83
5.3.1.1. Snack Bar .....	83
5.3.1.2. Área de la Laguna.....	83
5.3.1.3. Área de Recreación .....	83
5.4. Equipamiento .....	84
5.4.1. Maquinaria y Equipos.....	84
5.4.2. Muebles.....	85
5.4.3. Equipo de Computación y oficina.....	86
5.4.4. Botes.....	86
5.5. Ciclo de Operaciones .....	86
<b>6. PLAN FINANCIERO .....</b>	<b>91</b>
6.1. Inversión y financiamiento.....	91
6.1.1. Presupuesto de Inversión.....	91
6.1.2 Capital de trabajo .....	92
6.2. Presupuesto financiero .....	93
6.3. Estado de Situación inicial .....	94
6.4. Proyección de ventas y flujo de efectivo.....	96

6.4.1. Proyección de ventas .....	96
6.4.1.1. Actividades operativas .....	96
6.4.1.2. Actividades de inversión .....	96
6.4.1.3. Actividades de financiamiento .....	96
6.4.2. Flujo de efectivo .....	97
6.4.3 Flujo de efectivo y proyección de ventas .....	98
6.5 Nómina Salarial.....	110
6.6 Presupuesto del Estado de pérdidas y ganancias.....	110
6.7 Flujo de caja .....	113
6.8 Valor Actual Neto VAN.....	113
6.9 Tasa Interna de Retorno TIR.....	113
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	115
REFERENCIAS .....	118
ANEXOS .....	123

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Distribución del personal .....	25
Tabla 2. Matriz FODA.....	34
Tabla 3. Acceso de Usuarios.....	42
Tabla 4. Datos en porcentajes por género. ....	45
Tabla 5. Datos en porcentajes por edades.....	46
Tabla 6. Datos en porcentaje por educación. ....	47
Tabla 7. Datos en porcentaje del lugar de origen.....	48
Tabla 8. ¿Conoce los parques urbanos de la Ciudad? .....	49
Tabla 9. Datos en porcentajes de cuales parque conocen.....	50
Tabla 10. Datos en porcentajes de visita a los parques .....	52
Tabla 11. Datos en porcentajes de visita a los parques .....	53
Tabla 12. Datos en porcentaje de servicios de alquiler de botes. ....	54
Tabla 13. ¿Conoce el Parque Bicentenario?.....	55
Tabla 14. ¿La creación de un área de esparcimiento acuático? .....	56
Tabla 15. Datos en porcentajes uso de servicios acuáticos .....	57
Tabla 16. Datos en porcentajes botes a ofrecer .....	58
Tabla 17. Datos generales .....	59
Tabla 18. Datos de generales de costo .....	60
Tabla 19. Precio de competencia .....	68
Tabla 20. Precio basado en el punto de equilibrio.....	69
Tabla 21. Valor basado en el valor percibido .....	69
Tabla 22. Nombre de empresa .....	73
Tabla 23. Cotización de Equipos y Maquinas.....	85
Tabla 24. Muebles de la Empresa <i>Ecobotes</i> .....	85
Tabla 25. Equipos de Computación .....	86
Tabla 26. Cotización de Botes.....	86
Tabla 27. Representación gráfica de los componentes de un diagrama de procesos.....	87
Tabla 28. Inversión Inicial del proyecto .....	91
Tabla 29. Tabla inversión Inicial .....	92
Tabla 30. Capital de trabajo .....	92
Tabla 31. Financiamiento .....	93
Tabla 32. Amortización del préstamo .....	93
Tabla 33. Estado de situación inicial .....	95
Tabla 34. Proyección de ventas .....	96
Tabla 35. Total de ventas .....	97
Tabla 36. Proyección de ventas y Flujo de efectivo .....	98
Tabla 37. Estado de resultado (perdidas y ganancias) .....	99
Tabla 38. Estado de resultado con escenario optimista .....	102

Tabla 39. Estado de resulta pesimista .....	106
Tabla 40 Calculo estimado de nómina .....	110
Tabla 41. Presupuesto de Pérdidas y Ganancias .....	111
Tabla 42. Tasa de descuento .....	113

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama estructural <i>Ecobotes</i> .....	24
Figura 2. Ubicación de la competencia directa.....	32
Figura 3. Ingresos semanales de usuarios al Parque Bicentenario.....	42
Figura 4. Datos generales: Sexo .....	45
Figura 5. Datos generales: Edad.....	46
Figura 6. Datos generales: Educación .....	47
Figura 7. Datos generales: Lugar de origen .....	49
Figura 8. Parques Urbanos de Quito .....	50
Figura 9. ¿Qué Parques conocen en la Ciudad de Quito?.....	51
Figura 10. Frecuencia de visita de usuarios.....	52
Figura 11. Motivos de visita.....	53
Figura 12. Servicios de alquiler de botes .....	54
Figura 13. Conoce el Parque Bicentenario.....	55
Figura 14. Esta de acuerdo con la creación de un área recreativa acuática ....	56
Figura 15. Está dispuesto a utilizar .....	57
Figura 16. Qué opciones de productos acuáticos, está dispuesto a utilizar ....	58
Figura 17. Cuanto está dispuesto a pagar .....	59
Figura 18. Tiempo y valor del Bote.....	60
Figura 19. Desarrollo de las 8ps de marketing.....	62
Figura 20. Flor de Servicios.....	64
Figura 21. Redes más usadas en el mundo.....	71
Figura 22. Redes sociales más usadas en el mundo .....	72
Figura 23. Nombre de la Empresa de servicios acuáticos .....	74
Figura 24. Logo de la empresa <i>Ecobotes</i> .....	74
Figura 25. Uso del logo .....	74
Figura 26. Diagrama del flujo de servicios en general flota de Botes.....	76
Figura 27. Diagrama del flujo de servicios en general del Bar .....	77
Figura 28. Imágen satelital de ubicación de <i>Ecobotes</i> .....	79
Figura 29. Ubicación de <i>Ecobotes</i> en el Parque Bicentenario .....	80
Figura 30. Foto de la Laguna artificial en el Parque Bicentenario .....	81

Figura 31. Propuesta de diagrama de flujo del Snack Bar .....	88
Figura 32. Propuesta de diagrama área de la laguna .....	89

## INTRODUCCIÓN

### Antecedentes

La propuesta de implementar una empresa de servicios recreativos acuáticos en la ciudad de Quito, trae a colación mencionar que hace diecinueve años, fue ya creado el primer Parque Recreacional Náutico en los terrenos donados por la Fundación Mariana de Jesús, al Ilustre Municipio de Quito, que hoy en día es el Parque La Carolina, (Pérez, s.f.) y que ahora sirve para el esparcimiento en general y el desarrollo de actividades culturales y deportivas.

Es así que, en la administración del Dr. Álvaro Pérez Intriago, quien fue alcalde de Quito (1978-1982); se construyó el Parque La Carolina, siendo uno de los treinta y cuatro parques establecidos por el burgomaestre (Últimas Noticias, 2012), el mismo que llegó a constituirse, como parque de mayor relevancia en el ámbito cultural , deportiva y arquitectónica de la ciudad.

De la misma manera, y haciendo referencia a la entrevista realizada al señor Ramiro Benavides, Administrador de la Empresa “Parques y Paseos Náuticos del Ecuador, señaló y confirmó que en el año 1994, se firmó un convenio con el Distrito Metropolitano de Quito, para crear el primer “Parque Náutico” con botes a pedal y botes de remos en la laguna ya existente en el interior del parque. El Dr. Jamil Mahuad acalde de esa época, accedió a los planteamientos propuestos por el señor Benavides, cuyo objetivo principal era crear una alianza estratégica pública-privada, que permita potenciar las actividades recreativas de los ciudadanos nacionales y extranjeros, dado al gran deterioro en el que se encontraba al momento el parque.(Entrevista 001. Ramiro Benavides, 2013).

El 19 de Febrero del 2013, en el periodo de la Alcaldía del Doctor Augusto Barrera, el Aeropuerto Mariscal Sucre que por cincuenta y dos años fue el Aeropuerto de Quito, cierra sus puertas, dando paso a la creación de un nuevo

y gran parque ecológico con el nombre de Parque Bicentenario, el mismo que fue inaugurado el 27 de abril del 2013, tiene una extensión de 135 hectáreas, de las cuales 105 hectáreas estarán destinadas para las zonas de recreación, de acuerdo con los proyectos iniciales.

Las instalaciones del nuevo Aeropuerto Mariscal Sucre, se trasladaron a la zona Nor-Oriental de Quito, en Tababela. Este cambio, ha creado nuevos motivos de mercado, planteamientos urbanísticos y crecimiento en ésta zona (Aeropuertos.net, 2013).

Según la entrevista al señor Enderson Tovar, vigilante del parque Bicentenario (Tovar, 2014), los trabajos de construcción de este nuevo parque actualmente se encuentran en pleno desarrollo, sus 105 hectáreas serán ocupadas y distribuidas de manera conveniente y provechosa, para obtener áreas recreativas, áreas deportivas, áreas culturales y entretenimiento. Contará con una forestación adecuada para que en el futuro este parque se convierta en el principal pulmón de la ciudad de Quito (Entrevista 002, Enderson Tovar,2014)

Este parque, con sus amplias áreas verdes, equipamiento cultural, deportivo y recreacional, de escala metropolitana, es un importante componente para la transformación de Quito, toda vez que el crecimiento, alta demanda de viviendas, y centros comerciales, van tomándose todo espacio libre sin considerar el precio, produciéndose de esta manera un atisigamiento y ajustes de espacios, de consecuencias impredecibles en el comportamiento del ciudadano,

Esto tiende a agravarse mucho más, aun cuando los pocos espacios verdes y recreativos que se logran mantener, no cuentan con el debido mantenimiento, aseo y mejoramiento, que provengan del equilibrio de la calidad y que de hecho permitan ser agradables y sirvan para que los ciudadanos accedan al sano esparcimiento y recreación con las condiciones favorables. Así, permiten la de

niños, jóvenes y mayores en una verdadera actividad de esparcimiento, donde se sienta con amplitud el gozo y disfrute de una vida sana al aire libre.

### **Justificación**

El Parque Bicentenario, que actualmente ocupa los terrenos del antiguo Aeropuerto Mariscal Sucre, se convierte en una magnífica oportunidad de crear una infraestructura novedosa, moderna y provechosa para la ciudadanía y donde la naturaleza y el paisaje tienen mayor relevancia.

La factibilidad de abrir una empresa de servicios recreativos acuáticos en el Parque Bicentenario del Distrito Metropolitano de Quito, tiene como finalidad brindar a los turistas, una nueva alternativa de recreación y esparcimiento.

La empresa busca mejorar y potenciar la oferta de bienes recreativos en esta extensa zona norte de la ciudad de Quito.

Con las instalaciones, equipos y personal calificado, conseguiremos un mejor desarrollo físico, interpersonal, social, familiar y cultural de las personas que visiten y contraten nuestros servicios.

La Empresa de Servicios Recreativos Acuáticos que está ubicada en una de las lagunas que consta en el Plan General del Parque Bicentenario, es un sitio estratégico que permite y facilita el desarrollo y la afluencia de una mayor cantidad de visitantes a través de los planes de promoción de las empresas especializadas.

Hoy en día, las familias están promoviendo mayor atención a la unión y recreación social, buscando el bienestar individual y grupal de cada integrante del hogar; en tal virtud, esta propuesta de servicios recreativos acuáticos pretende ser el lugar más apropiado para tales fines.

El mejor recuerdo que un niño o niña puede llevarse de sus padres o de su entorno familiar, es el haber compartido momentos de interacción con ellos, asegurando la afectividad, comunicación y diálogo, en un lugar atractivo que ofrezca vida sana al aire libre.

## **Objetivos**

### **Objetivo general.**

Elaborar un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa de servicios recreativos acuáticos, en el nuevo Parque Bicentenario de la ciudad de Quito, en la Provincia de Pichincha.

### **Objetivos específicos**

1. Contextualizar el proyecto en la realidad actual, argumentando referencias de alto valor académico.
2. Diseñar un plan estratégico con la descripción y estructura del proyecto para la implementación del servicio recreativo acuático en el Parque Bicentenario.
3. Realizar una investigación de mercado para analizar si existe o no oferta y demanda en la implementación de una empresa de servicios recreativos acuáticos en el Parque Bicentenario.
4. Elaborar un plan de marketing para verificar la viabilidad de la implementación de una empresa de servicios recreativos acuáticos en el Parque Bicentenario.
5. Diseñar un plan de operaciones para el manejo correcto de las diferentes áreas de una empresa de servicios recreativos acuáticos.

6. Determinar el presupuesto de inversión para la implementación de una empresa de servicios recreativos acuáticos en el Parque Bicentenario.

### **Metodología general del proyecto**

Para la implementación de la empresa de servicios recreativos acuáticos en el Parque Bicentenario, se realizaron estudios de tipo exploratorio y descriptivo, así como el levantamiento de información documental, los cuales dieron a conocer, cómo serán alcanzados cada uno de los objetivos propuestos para la investigación.

El estudio exploratorio ayudó a reforzar los conocimientos que se tenían sobre los servicios que ofrecerá *Ecobotes*, se pudo determinar los gustos y preferencias que tienen las personas sobre el ocio y la recreación.

La información secundaria comprende datos recopilados de personas que contiene información pública. Dado que el proyecto se efectuará en un espacio público de la ciudad, esta información ayudó a saber más sobre el Parque donde se desarrollará el proyecto *Ecobotes*.

Por otro lado, se realizó entrevistas a los administradores encargados del Parque Bicentenario y Parque La Carolina sector la laguna; con el fin de conocer el número de visitantes, las condiciones de visita y los requerimientos de los visitantes, en torno a las cuales se enfrentará la futura empresa, además de poder establecer las estrategias para la recolección de la información y el esquema del cuestionario.

El estudio descriptivo determinó las características específicas como: población, distribución por edades, estado civil y origen de las personas que conforman el universo de posibles usuarios, al cual van enfocados todos los esfuerzos de la investigación para el proyecto. Por esta razón, se usaron encuestas para saber qué opina la gente sobre el proyecto, con lo cual se busca determinar si es factible o no la implementación del mismo.

## CAPÍTULO I.

### 1. MARCO TEÓRICO

#### 1.1 Sistema Turístico

El sistema turístico es un conjunto de elementos y procesos turísticos que el consumidor requiere en su tiempo libre; el usuario se propone realizar un viaje, aprovechar su tiempo libre para desarrollar numerosas actividades (Boullón, 2009).

Más adelante Boullón manifiesta que, el sistema turístico es un conjunto de elementos que interactúan entre sí para formar efectivamente un sistema.

Los elementos que lo conforman son:

- Demanda turística: es la suma de bienes y servicios solicitados por los consumidores por cada sitio que visita.
- Oferta Turística: son los servicios puestos por el mercado que el usuario puede consumir.
- Producto: son las actividades turísticas que satisfacen al consumidor (Boullón, 2009).

A su vez, para Amparo Sancho (2008), los elementos básicos que determinan una actividad turística son:

- Demanda: está formada por un conjunto de consumidores de bienes y servicios turísticos.
- Oferta: son conjuntos de productos, servicios y organizaciones que satisfacen la experiencia turística.
- Espacio geográfico: es un lugar en donde la demanda y la oferta tienen un encuentro a la hora de planear la actividad turística.

- Operadores de mercado: son las empresas que facilitan al consumidor la compra del producto.

Otra conceptualización es la desarrollada por la Organización Mundial del Turismo (OMT), la misma que considera al sistema turístico, como aquel que brinda la atracción turística, donde las personas pueden disfrutar del clima y el paisaje, visitar una agencia de viajes, entre otros, con la finalidad de que los clientes tengan una experiencia amena y familiar, utilizando todos estos servicios turísticos (Quesada, 2007).

Los operadores turísticos o de mercado, son las empresas que brindan el servicio al cliente; así como, las agencias de viaje, transporte y por último las asociaciones públicas y privadas (Sancho, 2008) al desarrollar dichas actividades activan la economía interna de la zona escogida, bajo un concepto de turismo. Esto se considera una planta turística (Quesada, 2007).

La planta Turística es un conjunto de atractivos, equipos, empresas y personas que prestan sus servicios en general al turismo (Quesada, 2007).

Entre las características que tiene una planta turística, acorde a la naturaleza de su creación; se clasifica de la siguiente manera:

- Alojamiento: Los establecimientos de alojamiento son muy diversos; se los puede clasificar como hoteles, moteles, hosterías, cabañas, entre otros; los establecimientos de alojamiento son muy diversos por su ubicación, pueden llegar a estar en ciudades o el campo, se clasifican por su tamaño de operación, categorías, cadenas, entre otros (Balanzá, 2009).
- Alimentación: En esta categoría se ofrece los servicios de restaurantes, cafeterías, comedores, negocios de comida rápida, entre otros. Por tanto

los establecimientos de alimentación deberán satisfacer las necesidades y los gustos del cliente (Lara, 2008).

- Esparcimiento: Lugares creados para satisfacer el ocio y diversión del usuario, brindándole experiencias únicas, renovadoras y sobre todo con atención de calidad, para que de esta manera puedan satisfacer sus necesidades de distracción en lugares diferentes a la cotidianidad, sea del trabajo o la casa, se clasifican en: bares, discotecas, clubes deportivos, parques temáticos y parques urbanos (Quesada, 2007).

## **1.2 Recreación**

La recreación es la acción y el efecto de recrear, tener la oportunidad de producir algo nuevo, es decir que el usuario disfruta de su tiempo libre y busca actividades para divertirse o alegrarse y, de esa manera se distrae, por eso el uso de su tiempo lo utiliza para relajarse y entretenerse (Arguello, 2012).

Existen actividades recreativas que los consumidores frecuenta como: ir al cine, al teatro, pasear, realizar actividades deportivas; los usuarios no solo buscan centros comerciales, también buscan espacios verdes, para tener una experiencia cómoda y relajada (Barbieri & Papis, s,f).

## **1.3 Servicios Recreativos**

Si se considera que el servicio en una conceptualización amplia es, un conjunto de actividades que se realizan para satisfacer las necesidades, deseos y expectativas que necesita el cliente (Vargas & Aldana de Vega, 2010). Los servicios recreativos son actividades que el consumidor requiere para satisfacer su ocio; son lugares, juegos, diversiones de las cuales el usuario dependerá para satisfacer su tiempo libre.

Según Kunz, los servicios recreativos son actividades que están predestinadas a dar diversión o recreación a las familias; los servicios recreativos abarcan una

gran cantidad de productos, desde atractivos paisajísticos, naturales o culturales, hasta centros comerciales (2003). También dice el autor que los servicios recreativos pueden ser localizados en grandes espacios como parques recreativos, clubes deportivos, etc., que serán establecidos por los costos y disponibilidad del suelo.

A su vez, para el sistema turístico los servicios recreativos, son actividades que los usuarios realizan en su tiempo libre; para ello es necesaria la presencia de lugares donde se prestan los servicios recreativos, estos pueden ser: teatros, cines, estadios deportivos, piscinas, complejos deportivos, museos, galerías de arte, clubes nocturnos, salas de bailes, entre otros; también existen en los medios de transporte como trenes, aviones, buses, y barcos (Servicios Recreativos, 2006).

En conclusión, los servicios recreativos son una serie de elementos que ofertan o satisfacen las diversas necesidades del tiempo libre del consumidor, ya sea pública o privadamente (Paz Morales, 2010).

### **1.3.1. Recreaciones en espacios urbanos.**

Los servicios recreativos se los encuentra ampliamente difundidos, principalmente en espacios urbanos; pues estos son fácilmente reconocibles en las ciudades modernas. Al pensar en la expresión, espacios urbanos, lo primero que viene en mente es recorrer, ocupar, nombrar en una ciudad, sus lugares representativos, sin embargo, cada persona está viviendo en esa misma ciudad, una aventura propia por las diferentes experiencias que acumula (Roca, 2004).

Por consiguiente, al referirse a espacios urbanos, no como un lugar sino como un conjunto de elementos dinámicos, entonces la calle, plaza, bar, estación, parque, el mercado, etc., pasan a ser más que solo elementos en un paisaje urbano, caso similar sucede con los espacios verdes, que son conjuntos urbanos más grandes y representativos (Roca, 2004).

En otras palabras, la recreación en espacios urbanos según Roca son los lugares que las personas pueden visitar y sentirse seguras, utilizando su tiempo libre para relajarse y divertirse, sea entre familias o solos; por ello las personas buscan y necesitan espacios verdes dentro de la ciudad (2004).

#### **1.4 Parque Urbano**

Según su definición se encuentra ubicado dentro de los predios de una ciudad o población que se caracteriza por tener áreas recreativas, para esparcimiento y es un atractivo turístico de los pobladores.

En cuanto a los espacios públicos son relacionados con la ciudad, entonces se dice que desde hace mucho tiempo, la ciudad es el espacio público por excelencia, donde se brinda un espacio de encuentro y de contacto; así se lo identifica de forma tangible e intangible. Se identifica lo tangible con las plazas, parques, calles, etc., y lo intangible lo imaginario, esto quiere decir que las personas que vayan a la plaza es para recrearse, gustar de la naturaleza, de los espacios verdes y, lo intangible es lo que uno hace para satisfacer sus necesidades como: correr, disfrutar del aire libre, etc., (Carrion, 2009).

Los parques urbanos fueron creados con la finalidad de ofrecer una variedad de servicios para beneficiar a grupos sociales. Los primeros espacios verdes llamados Jardines Colgantes de Babilonia, fueron diseñados para embellecer a las ciudades, estos espacios verdes fueron creados dentro de los palacios reales. Por otra parte, durante la Edad Media se encontraron jardines ubicados dentro de casas gubernamentales y en templos religiosos; en ese tiempo las ciudades eran pequeñas, por lo tanto estas fueron las primeras zonas verdes durante la historia urbana (Flores & González, 2007).

Durante el Renacimiento los espacios verdes ya fueron creados para las clases nobles y altas, fueron construidos fuera del centro o a las orillas de las ciudades. Más tarde en la Revolución Industrial, los problemas sociales y de salud hicieron que los arquitectos desarrollaran una planificación extensa de los

espacios verdes, en consecuencia, los diseños de varios aportadores para que los ciudadanos tengan un espacio donde puedan divertirse, entretenerse con sus familias e hijos. Para concluir, los primeros parques fueron creados para promover la salud y la moral dónde las personas puedan tener contacto con la naturaleza, dando origen a la recreación familiar (Flores & González, 2007).

Cabe recalcar que los visitantes en la actualidad reclaman innovación, así como personalización en productos y servicios, tema que se ha tomado en cuenta en materia turística y su vinculación en la creación de parques, los cuales han venido evolucionando tanto en su infraestructura como en servicios complementarios, a fin de convertirse en parques urbanos; su acogida es impresionante, al tal punto que visitantes tanto locales, como extranjeros, se predisponen a pagar precios elevados con la finalidad de disfrutar de los servicios que se les ofrece y que pueden encontrar en este tipo de lugares (Vélez, 2009).

#### **1.4.1. Empresa de servicios recreativos**

Las empresas de servicios recreativos son aquellas que prestan un servicio adicional a los usuarios, se dedican a la producción, distribución y alquiler de espectáculos; entre otros, con fines de entretenimiento, para que las familias puedan disfrutar de un beneficio adicional (Empresarial, 2008).

Una de las deficiencias más notorias y graves que se producen paralelamente con el crecimiento urbano del Distrito Metropolitano de Quito, es la falta de áreas verdes como: parques, jardines, pequeños bosques y, áreas recreativas como: canchas de uso múltiple, parques infantiles, entretenimientos y variedades. Toda vez que el crecimiento, la alta demanda de viviendas y la construcción de centros comerciales, van tomándose todo el espacio libre, se produce de esta manera un atosigamiento y ajustes de espacios, de consecuencias impredecibles en el comportamiento ciudadano.

Con lo cual, la creación de una empresa orientada a la prestación de servicios recreativos acuáticos, busca promover alternativas de recreación y esparcimiento, dirigido a las personas, familias, grupos, turistas y visitantes; brindándoles una oferta enfocada al ocio y diversión en base al uso de botes recreativos en una laguna artificial, en uno de los parques urbanos de la ciudad de Quito.

## **CAPÍTULO II.**

### **2. PLAN DE NEGOCIO**

#### **2.1. Planeación estratégica**

##### **2.1.1. Marco Legal**

###### **2.1.1.1. Tipo de Compañía**

En el desarrollo del presente estudio de factibilidad para la implementación de una empresa de servicios recreativos acuáticos en el parque Bicentenario del Distrito Metropolitano de Quito, en la Provincia de Pichincha, se ha considerado para su constitución una sociedad anónima.

El estudio de factibilidad se realizará con el fin de crear una empresa, que se encuentre dentro de los procedimientos y las normativas de la legislación Ecuatoriana.

Por ende, se han identificado los siguientes trámites que se deben seguir:

A partir de la Ley de compañías del Ecuador se manifiesta que los requisitos legales para constitución de compañía sociedad anónima son:

Una compañía anónima está dividida por acciones negociables, accionistas que aportan únicamente a su monto por acción y la sociedad está sujeta a todas las reglas de las sociedades mercantiles anónimas.

- Art. 146 de la Ley De Compañías: “La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil, la compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha

inscripción. Todo pacto que se mantenga reservado será nulo” (Registro Oficial,312, 1999, págs. 45-46)

- Art. 155 de la Ley de Compañías: la escritura pública que contenga el convenio de promoción y el estatuto que ha de regir a la compañía que ha de constituirse, serán aprobados por la Superintendencia de compañías, inscrito y publicado en la forma determinada en los Arts. 151 y 152 de la referida Ley (Registro Oficial,312, 1999, pág. 46)
- Proceso de constitución y registro
- Aprobación y constitución
- Publicación del Extracto.

En ciertos casos se debe cumplir con requisitos adicionales en el caso de inversiones de extranjeros residentes en el Ecuador, que necesitan la calificación de inversión nacional otorgada por el Ministerio de Industrias. Este procedimiento contempla los aumentos o disminuciones de capital y otros actos posteriores como transformación, fusión o escisión, inactividad, disolución, reactivación, liquidación o cancelación de la sociedad.

### **2.1.2. Trámites de funcionamiento**

Los trámites para el funcionamiento de la empresa son en relación a la: constitución, aumentos de capital, reforma de estatutos, fusiones, escisiones, reactivaciones, cambios de domicilio de cualquier cantón, de la provincia; disoluciones y liquidaciones voluntarias, permiso para operar en el Ecuador o domiciliación (Registro Mercantil, 2014).

Para ello, el registro Mercantil considera los siguientes aspectos:

- Tres escrituras o protocolizaciones (mínimo) primera, segunda y tercera copias.
- Tres resoluciones (mínimo) aprobando las escrituras o protocolizaciones, sean éstas de la Superintendencia de Compañías.

- Certificado de afiliación a una de las cámaras del cantón donde se ubicará la empresa según su objeto social (Debe constar el aumento de capital si se trata de aquello. Si se trata de disolución o liquidación se debe presentar el certificado de desafiliación respectivo).
- Publicación del extracto (periódico).
- Copias de la cédula de ciudadanía y el certificado de votación del compareciente(s) (Vigente).
- Certificado de inscripción en el Registro de la Dirección Financiera Tributaria del Municipio local (Para Constituciones).
- Certificado de cumplimiento tributario otorgado por la Dirección Financiera del Municipio local ( Para actos Societarios) (Registro Mercantil, 2014).

### **2.1.3. Requisitos para obtención del RUC**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) funciona para registrar todas las actividades económicas de las personas naturales y sociedades dentro del Ecuador, para que puedan pagar sus impuestos (Servicio de Rentas Internas, 2014)

Según el Servicio de Rentas Internas del Ecuador (SRI), en su página web dispone que los requisitos para la obtención del Registro Único de Contribuyentes, para personas jurídicas son:

- Original y copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia certificada del nombramiento del representante legal notariado y con reconocimiento de firmas.
- Original y copia del estado de cuenta bancaria y otros pagos, debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los tres últimos meses anteriores a la fecha de inscripción.

- Original y copia del comprobante de pagos del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción.
- Original y copia de la escritura de propiedad o compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el registro de la propiedad (Servicio de Rentas Internas, 2014).

#### **2.1.4. Requisitos para la certificación del Instituto de Propiedad Intelectual**

Según el Instituto de Propiedad Intelectual del Ecuador IEPI (2014) los requisitos y el proceso para poder registrar la propiedad intelectual relacionada con el nombre, imagen, logos, procedimientos a considerarse son:

- Comprobante original de pago de la tasa por registro de marcas (USD 54,00)
- Cédula de Ciudadanía para personas naturales y nombramiento del representante legal para personas jurídicas nacionales.
- Una vez ingresados los documentos, el IEPI los revisará para verificar si están completos.
- La autoridad verificará la registrabilidad de la marca, efectuando un examen de fondo sobre la solicitud de registro.
- El Director Nacional de Propiedad Intelectual expedirá una resolución aprobando o negando el registro de la marca. Este proceso puede prolongarse mediante apelaciones o recursos en el caso de que las partes discreparan con la autoridad.
- Si la solicitud de registro es aprobada, se le notificara al titular que deberá cancelar una tasa (USD 28) para la emisión del título. El titular deberá renovar su marca cada 10 años. son (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, 2014)

Se deberá efectuar una búsqueda fonética, la misma que se realiza mediante el formulario de búsquedas disponible en la página web del IEPI junto con el pago de la respectiva tasa por el servicio (costo de USD 16). La búsqueda tiene como finalidad determinar si existe un signo registrado que tenga un porcentaje de similitud o que sea idéntico respecto del signo que se pretende registrar, para de esta manera evitar que el signo a registrarse sea negado con anterioridad (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, 2014).

### **2.1.5. Registro Turístico**

El Registro Turístico son normas de gestión administrativa en donde se encuentran inscritas todas las personas jurídicas, naturales que realizan una actividad turística, para esto se necesita inscribirse previo a la obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas, se pueden inscribir en las oficinas de Quito Turismo, este registro clasifica al establecimiento y asigna un número que le permite dar seguimiento a futuro (Quito Turismo, 2014) .

En el anexo A. 3 y Anexo A.3.1 se encuentra los requisitos y la solicitud para obtener el certificado.

### **2.1.6. Licencia Única de Actividades Económicas**

LUAE es un documento único con el que los establecimientos están autorizados para ejercer cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito, para obtener esta licencia se la puede hacer en cualquier Administración Zonal, es obligación para todas las personas naturales o jurídicas de derecho público o privado, en establecimiento ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito (Licencia Unica de Actividades Económicas, 2014)

Los requisitos para obtener este documento son:

- Obtener el formulario de solicitud de LUAE

- Una copia del RUC
- Copia de la Cedula de identidad
- Si es persona jurídica, la copia del nombramiento del representante legal.

El anexo A.1 y A.2 es el formulario de la solicitud para obtener la Licencia Única de Actividades Económicas.

#### **2.1.7. Permiso de Bomberos**

El Cuerpo de Bomberos da cumplimiento con la seguridad de las instituciones, dando prevención y protección con la finalidad de evitar siniestros. (Cuerpo de Bomberos DMQ, 2015). Los requisitos que debe cumplir un local para poder funcionar son los siguientes:

- Copia del RUC
- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección

#### **2.1.8. Licencia Ambiental**

Es la autorización que se le concede a toda persona natural o jurídica, que realice actividades que pueden causar impacto ambiental (Ministerio del Ambiente, 2014).

El Proponente debe solicitar al Subsecretario de Calidad Ambiental, el Certificado de Intersección con el Sistema de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado (PFE). La solicitud debe contener

Requisitos para obtener la Licencia

- Certificado de Intersección con el SNAP, BP y PFE.

- Solicitud de la aprobación del EIA y PMA.
- Solicitud de la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto.
- Procedimiento:
- Fecha de la solicitud del Certificado de Intersección
- Razón Social del Proponente
- Apellidos y Nombres del Representante Legal
- Dirección Ciudad
- Calle No.
- Teléfono No.
- E-mail
- Nombre del Proyecto
- Actividad y una breve descripción del proyecto
- Ubicación del Proyecto en coordenadas UTM (Datum PSAD56).
- Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de la tasa correspondiente de US/50.00, de conformidad con lo dispuesto en el Acuerdo Ministerial No. 068 (Ministerio del Ambiente, 2014)

## **2.2. Naturaleza del Proyecto**

### **2.2.1. Resumen Ejecutivo**

*Ecobotes* es una empresa que ofrece servicios recreativos acuáticos de botes ecológicos a pedal, remo y kayaks, además servicios de *snack bar* y área recreativa infantil para el uso de las familias, visitantes y turistas de la ciudad de Quito.

*Ecobotes* considera que la seguridad es un factor importante para los usuarios, por lo que todas las personas que accedan a los diferentes tipos de botes deberán usar chalecos salvavidas.

Las inversiones iniciales que se deben realizar para los equipamientos de la laguna, el *snack bar* y área recreativa infantil están debidamente financiadas por los accionistas de la empresa *Ecobotes*.

El personal que trabajará en este proyecto será cuidadosamente seleccionado para cada una de las funciones, es importante indicar que los accionistas que constituyen *Ecobotes* son todos profesionales y con vasta experiencia en el sector Turístico y en especial en el manejo de este proyecto.

Otro aspecto a considerar es cumplir con las normativas y condiciones que determinen el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito en el convenio a suscribirse.

La empresa *Ecobotes* deberá tramitar todos los permisos de funcionamiento exigidos por la ley.

Deberá cumplir con las normativas de sanidad y protección al consumidor.

Los alimentos que se ofrecerán en el *snack bar* deberán cumplir con los controles de calidad y sanitarios establecidos.

### **2.2.2. Misión**

*Ecobotes* es una empresa prestadora de servicios de recreación acuática, que brinda un paquete de actividades para el entretenimiento, que cubra las necesidades de los clientes nacionales y extranjeros, proporcionando satisfacción y servicios de calidad.

### **2.2.3. Visión**

Ser una empresa líder en la prestación de servicios recreativos acuáticos en la ciudad de Quito, a través de un manejo permanente de calidad, con un enfoque basado en el contacto con la naturaleza, para ser reconocidos en un plazo máximo de cinco años como la mejor opción de recreación y ocio en la ciudad.

#### 2.2.4. Valores

Los valores a formalizar en la empresa de servicios de recreación acuáticos en la ciudad de Quito son:

- **Profesionalismo:** Todo el personal sin importar su jerarquía dentro de la empresa, debe cumplir con los requisitos profesionales necesarios y un entrenamiento adecuado, para dar un excelente servicio al cliente.
- **Calidad:** Todos los servicios que *Ecobotes* oferte a los clientes deben ser cuidadosamente analizados para conseguir la máxima satisfacción del consumidor.
- **Honestidad:** Valor primordial que todos los integrantes de *Ecobotes* deben identificar, para que el cliente se sienta cómodo y confiado.

#### 2.2.5. Objetivo de la empresa

- Constituirse como la primera opción en brindar, servicios recreativos acuáticos en la ciudad de Quito y del País.
- Brindar entrenamiento y capacitación a todos los miembros de *Ecobotes* con el fin de incentivar el cumplimiento y la responsabilidad en cada uno de ellos.
- Generar un compromiso de responsabilidad en la conservación del medio ambiente en la ciudad de Quito.
- Fomentar en los clientes el uso adecuado de basureros, instalaciones sanitarias y de otras áreas de *Ecobotes*.
- Asumir el compromiso con todos los clientes nacionales y extranjeros de brindarles una tarde de esparcimiento provechoso.
- Incentivar el desarrollo turístico, a través de promociones y publicidad para la obtención de una la mayor participación en el mercado.

- Coordinar con el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, para ser parte de los programas de promoción turística.

### **2.3. Descripción de la empresa**

*Ecobotes* es una empresa que estará ubicada en el Parque Bicentenario del Distrito Metropolitano de Quito en la Provincia de Pichincha, con el fin de desarrollar actividades comerciales relacionadas con la prestación de servicios recreativos acuáticos, servicios que se brindaran en una de las lagunas artificiales que consta en el Plan Masa del Parque Bicentenario; su principal actividad es la renta de botes ecológicos a pedal, remo y kayaks; así como la venta de alimentos y bebidas en el *snack bar*.

#### **2.3.1. Descripción de los servicios**

##### **2.3.1.1. Alquiler de botes**

Para acceder al paseo en botes a pedal, remo y kayaks, el usuario debe comprar un ticket en la boletería que estará ubicada cerca de la laguna, las familias deberán ser máximo de cuatro personas (dos adultos y dos niños o tres adultos y un niño), debido a que el bote están diseñado para el numero de personas.

Se contara con un total de 65 botes por el espacio que tiene la laguna, los boletines tendrán secuencia numérica para facilitar el conteo y las declaraciones de ley.

##### **2.3.1.2. Servicio de alimentos y bebidas**

*Ecobotes* contará con un punto de venta (*snack bar*), que estará ubicado en una zona estratégica cerca de la laguna.

El punto de venta brindará un servicio de comida rápida desde las 10:00 am hasta las 5:00pm de lunes a viernes y 9:00 am hasta las 6:00pm sábados, domingos y días feriados.

Los alimentos que se ofrecerán en el punto de venta son: pizza, hot-dog, canguil y bebidas como: agua, colas, jugos naturales de frutas de temporada y además té y café, el Parque Bicentenario está diseñado para ser un parque ecológico (libre de humo), por lo tanto las máquinas y artefactos serán eléctricos.

### **2.3.1.3. Área de recreación**

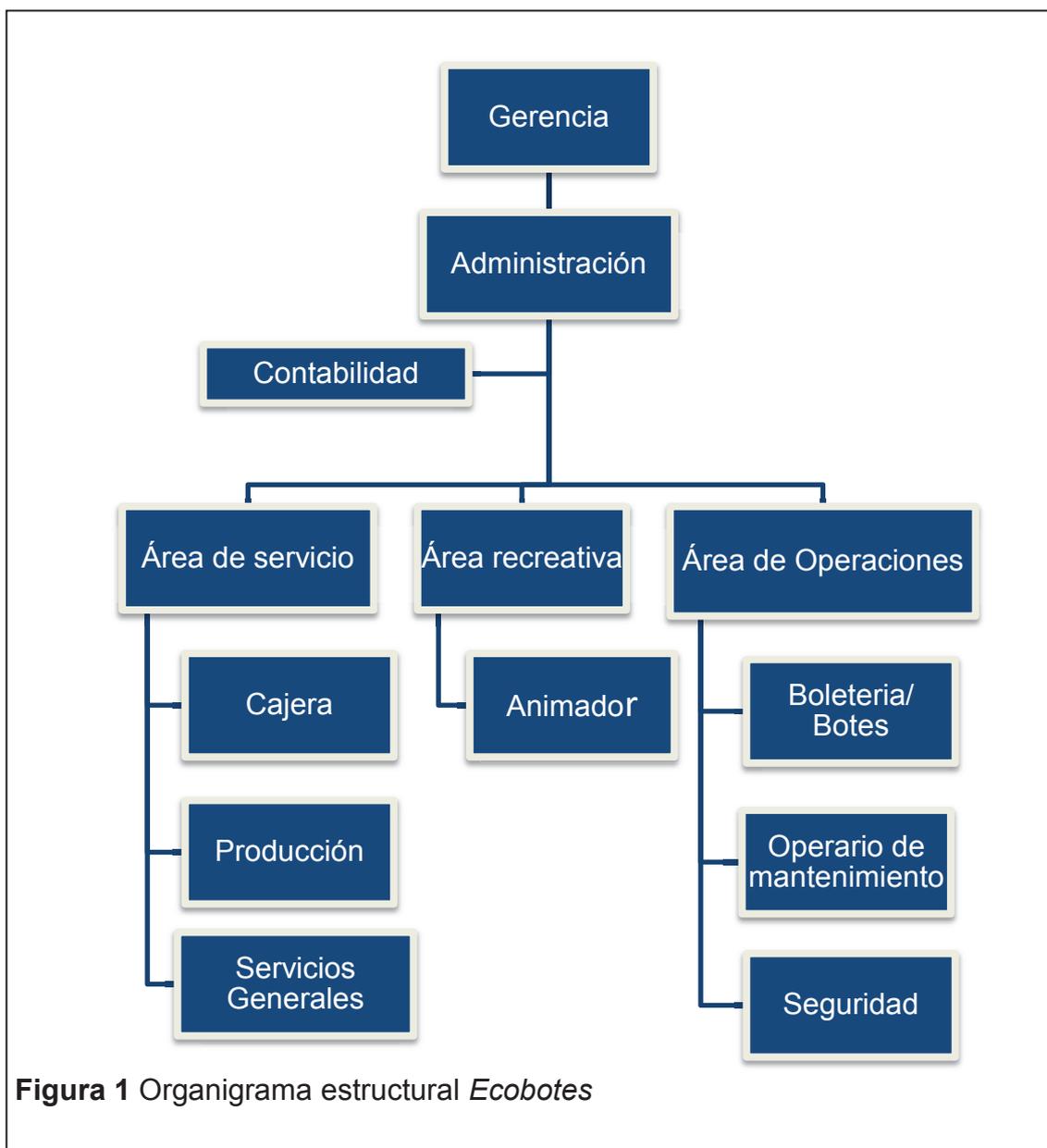
Además de contar con una laguna y un *snack bar*, se dispondrá de un área de recreación infantil; los niños podrán disfrutar de actividades programadas como: actos de títeres, dinámicas grupales, talleres de pintura, caritas pintadas, teatro, etc. esta área funcionará los fines de semana y feriados.

## **2.4. Estructura Organizacional**

La empresa *Ecobotes* contará con una estructura organizacional para su funcionamiento, la misma que se especifica en la Figura 1, que incluye el organigrama de la empresa, que contará con el departamento administrativo integrado por el Gerente y un Administrador, además se contará con personal de apoyo que trabajarán en el área de servicios: (punto de venta) siendo: un cajero, una persona para producción, una para ventas y los fines de semana se contará con una persona de atención al cliente. El área de operaciones está conformada por una persona para boletería que se encargará de las ventas de los tickets, al igual que se contará con tres personas, en calidad de operarios de mantenimiento y los fines de semana con dos personas de apoyo, quienes serán los encargados de subir y bajar a los usuarios de los botes; en el área de recreación se contempla a una persona para los fines de semana. Adicionalmente se contratará los servicios de una empresa de seguridad, quienes serán los encargados de vigilar el buen uso de los botes en la laguna; así como de la integridad del personal y los clientes.

Cabe recalcar que en la empresa el género es indiferente, puede ser femenino o masculino dependiendo del cargo laboral que aplique.

La empresa contará con nueve personas de planta de las cuales dos estarán en el área administrativa, tres en el área de servicios y cuatro en el área operacional, el personal restante será contratado para los fines de semana bajo la figura de contrato eventual. (Sanchez, 2012)



El personal con el que contará la empresa *Ecobotes* es:

**Tabla 1 Distribución del personal**

CARGO	NÚMERO PERSONAL
Gerencia	1
Administrador	1
<b>*Contador</b>	1
Cajera	1
Producción	1
Servicio General	2
Boletera	1
Operario de mantenimiento	5
Animador	1
<b>*Seguridad</b>	1
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>

\*El contador será personal de medio tiempo y la empresa de seguridad será contratada aparte.

#### 2.4.1. Perfiles de puestos y funciones del personal

##### 2.4.1.1. Gerencia

- **Descripción del puesto:** La gerencia tendrá un profesional, que estará a cargo de todas las funciones gerenciales, además de ser el representante legal de la empresa.
- **Perfil del puesto:** Estudios universitarios, de preferencia con postgrado en: Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas, Administración de empresas, Economía, etc., con experiencia mínima de 3 años en la gestión de la hotelería y turismo, género femenino o masculino, soltero/a, casado/a, dominar el idioma español y preferentemente inglés.

- **Funciones:**

- Ser responsable con la empresa, deberá cumplir las obligaciones de un director y reportar todos los problemas de la empresa.
- Se encargará de la selección del personal, contratación, coordinación y control de cada área.
- Deberá planificar, organizar y dirigir toda actividad de la empresa, concerniente a cada área, el personal tendrá actividades diarias que el gerente deberá supervisar.
- Evitar los sobregiros en las cuentas.
- Firmar los cheques para los proveedores.

#### 2.4.1.2. Administración

- **Descripción del puesto:** La administración tendrá una persona encargada de supervisar y organizar al personal de planta y el personal que trabajará los fines de semana, será la mano derecha del gerente.
- **Perfil del Puesto:** Estudios Universitarios superior y Postgrados con título de Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas, experiencia mínima de 3 años en Hotelería y Turismo, género femenino o masculino, soltero/a, casado/a, dominar el idioma español y el inglés.
- **Funciones:**
  - El administrador se encargará de la organización de la empresa.
  - Representará el liderazgo dentro de ella y será la persona que supervisa diariamente al personal.
  - Analizará los recursos financieros de la empresa y se dirigirá con el contador.
  - Conocerá muy bien las aéreas de la empresa, dirigirá y ayudará si es necesario.
  - Motivará al personal y tomará decisiones al momento.

- Elaborará calendarios de pagos
- Elaborará los cheques de pago a los proveedores.

#### 2.4.1.3. Cajero/ Cajera

- **Descripción del puesto:** La persona que ocupe el puesto de cajero/a será la encargada del bar, estará a cargo de mantener los productos de consumo diario en orden y con stock abastecido, se responsabilizará del dinero que la administración le otorgue para su caja.
- **Perfil del Puesto:** Contar con título de bachiller y, conocimientos administrativos y financieros, puede ser de género femenino o masculino, deberá tener experiencia mínima de 1 año, dominar el idioma español y preferentemente inglés.
- **Funciones:**
  - Contabilizar y entregar el dinero que se factura durante el día.
  - Organizar y controlar los pedidos.
  - Tratar al cliente con respeto y educación.
  - Manejar con rapidez la caja y contar con rapidez los billetes y no equivocarse en el cambio.
  - Al final de la jornada se hará el corte de caja; la persona responsable deberá verificar la cantidad de dinero con el cierre de caja.
  - Deberá tener conocimiento en la elaboración de facturas.

#### 2.4.1.4. Mesero/ Mesera

- **Descripción del puesto:** Es la persona encargada en la limpieza del bar y de atender al cliente.
- **Perfil del Puesto:** Contar con título de bachiller, género masculino o femenino, casado/a o soltero/a, experiencia mínima de 1 año en atención al cliente.

- **Funciones:**
  - Conocer los productos.
  - Realizar la limpieza de las mesas.
  - Tener conocimiento de los procesos de producción de alimentos.

#### 2.4.1.5. Boletero/ Boletera

- **Descripción del puesto:** Será la encargada de la venta de boletos a los usuarios para el paseo en los botes de pedal o remo, además será la encargada de hacer caja al final del día.
- **Perfil del Puesto:** Título de bachiller, género masculino o femenino, experiencia en el manejo de dinero, dominar el idioma español e inglés.
- **Funciones:**
  - Se debe encargar de la venta de boletos para el paseo en los botes
  - Verificar que la capacidad del bote no sobrepase las 4 personas.
  - Encargarse de supervisar que no irrespeten el orden de la fila al momento de comprar los boletos.
  - Contabilizar los boletos vendidos al finalizar la jornada de trabajo.

#### 2.4.1.6. Operario de mantenimiento

- **Descripción del puesto:** Cuidado y mantenimiento de los botes a pedal y remo para que estos estén en perfectas condiciones de funcionamiento.
- **Perfil de Puesto:** Contar con un título de bachiller, masculino, casado, soltero, unión libre.

- **Funciones:**
  - Ayudar a subir y bajar a los usuarios de botes.
  - Brindar una atención cálida a los usuarios que visiten el área de botes.
  - Verificar que los usuarios no sobre pasen la capacidad máxima de peso.
  - Ser responsables que los niños utilicen los chalecos salvavidas.
  - Será el responsable de controlar y verificar el tiempo de alquiler de los botes (30 minutos).
  - No permitirá que las personas entren con alimentos y bebidas y mascotas de tamaño grande al bote.

#### **2.4.1.7. Contador/ Contadora**

- **Descripción del puesto:** Será la persona que está encargada de las funciones de contabilidad dentro de la empresa.
- **Perfil del Puesto:** Estudios Universitarios superior y Postgrados con título de administración en finanzas, experiencia mínima de 1 años en empresas administrativas hoteleras y turísticas, género femenino o masculino, soltero/a o casado/a, dominar el idioma español.
- **Funciones:**
  - Elaboración de flujo de caja
  - Elaborar los roles de pagos, vacaciones, actas de finiquito y los reportes de asistencia del personal.
  - Elaborar cheques y documentos contables con la supervisión del administrador.

#### **2.4.1.8. Servicio generales**

- **Descripción del puesto:** Las personas de servicios generales son las encargadas de realizar varias actividades dentro de la empresa.

- **Perfil del Puesto:** Disponer de título de bachiller, género masculino o femenino, casado/a o soltero/a, experiencia mínima de 1 año en servicios al cliente.
- **Funciones:**
  - Tener conocimiento de los procesos de alimentos e información de etiquetas de los productos.
  - Responsabilizarse de los instrumentos y productos de limpieza en las diferentes áreas.
  - Realizar la limpieza en las áreas de mesas, baños, y bodegas.
  - Serán encargados de la elaboración de producción de los alimentos
  - Organizar y controlar los pedidos.
  - Tratar al cliente con respeto y educación.

#### 2.4.1.9. Animador/ Animadora

- **Descripción del puesto:** Es la persona que se encargará de animar a los niños con títeres, caritas pintadas, juegos infantiles; debe conocer de cultura general como: días festivos, su significado y danza.
- **Perfil del puesto:** Título de bachiller o con experiencia en parvulario, práctica con niños mínimo 3 años, género femenino o masculino, soltero/ casado, dominar el idioma español e inglés.
- **Funciones:**
  - Pintar caritas
  - Inflar globos para los niños
  - Festejar, divertir los cumpleaños para niños y adultos
  - Fiesta de la espuma
  - Actividades deportivas para todo cliente que pida el espacio de actividades recreativas.

#### 2.4.1.10. Seguridad

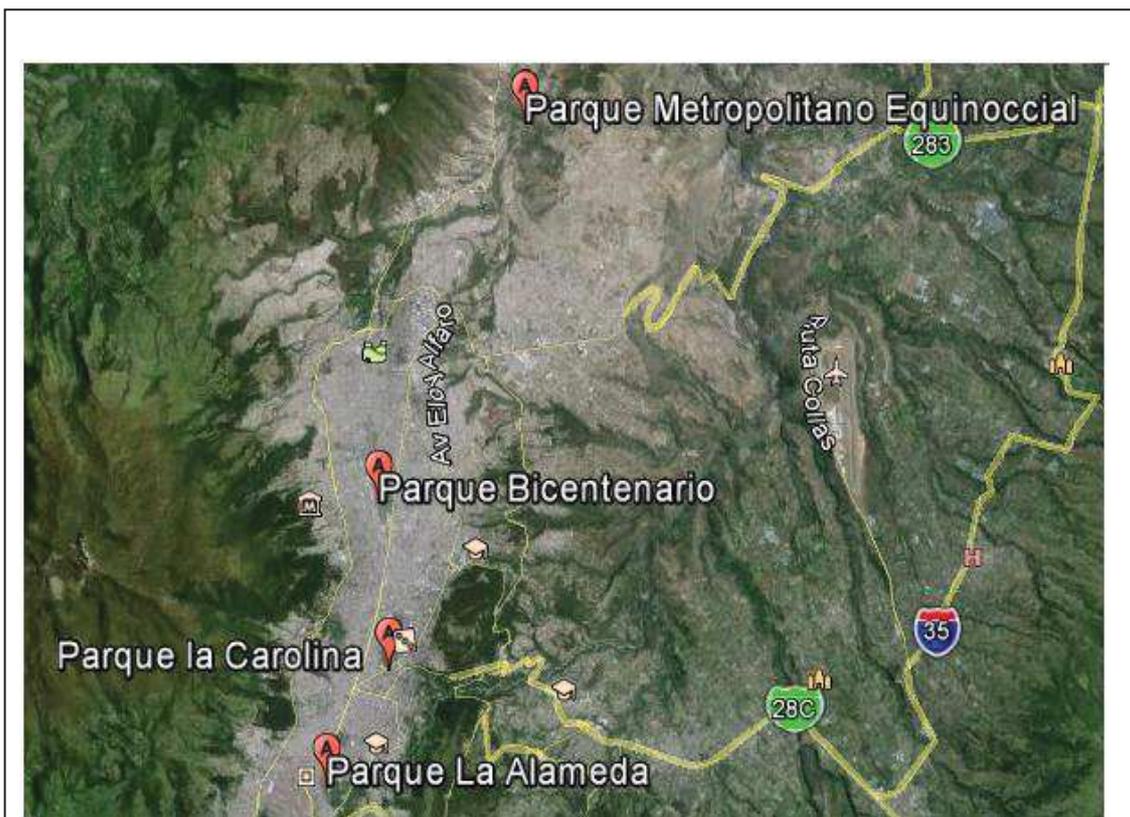
- **Descripción del puesto:** Un guardia o una persona de seguridad es la encargada de proteger las instalaciones físicas de la empresa y además de controlar el buen comportamiento de los clientes en el uso de los botes y de los servicios complementarios.
- **Perfil del Puesto**

Empresa privada de seguridad

- **Funciones:**
  - Cumplir con las consignas, políticas y protocolos de su empresa.
  - Cumplir con las disposiciones y políticas de la empresa *Ecobotes*.
  - Dar seguridad a las instalaciones de *Ecobotes*.
  - Controlar el buen comportamiento de los usuarios en los botes.

#### 2.5. Competencia Directa

Para analizar a la competencia, se tomó en cuenta, las empresas que tienen actividades y servicios parecidos a los que constan en este proyecto; las mismas que se ubican en el Parque Metropolitano Equinoccial, Parque La Carolina y Parque La Alameda como se demuestra en la Figura 2.



**Figura 2. Ubicación de la competencia directa**

Tomado de: Imagen satelital *Google Earth*, ubicación de la competencia directa

### **2.5.1. Parque “La Carolina”**

La competencia más grande se encuentra en el Parque la Carolina, que tiene una área de 65 hectáreas, con una laguna de 4 hectáreas, la misma que alberga una flota de 70 botes a pedal y 5 de remo, tiene su propio restaurante con una capacidad de 62 personas, donde sirven comida rápida y platos a la carta, además de bebidas frías y calientes.

### **2.5.2. Parque la Alameda**

El tradicional Parque de la Alameda tiene aproximadamente 6.3 hectáreas, está ubicado en el centro de Quito; las personas visitan este parque por la cantidad de monumentos históricos que tiene; otro atractivo del parque es la laguna, la misma que cuenta con una flota de 20 botes, 12 de pedal y 8 de remo.

### **2.5.3. Parque Metropolitano Equinoccio**

Tiene aproximadamente 9 hectáreas, ubicado al Norte de Quito, en la Parroquia de Pomasqui, tiene como atractivos turísticos canchas de fútbol, *volley* y *básquet*, además tiene un área de BBQ y su principal atractivo es una pequeña laguna que aloja una flota de 12 botes a pedal.

Como lo indica el Anexo C.1

Tomado de: (Benavides, 2015), (Rivera, 2015), (Quito Turismo)

## **2.6. Análisis FODA**

El concepto de F.O.D.A (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es analizar los factores que benefician o perjudican a la empresa, las estrategias que debe asumir *Ecobotes* deben ser oportunas, según Hernández y Rodríguez, & Pulido, se debe tomar en cuenta los factores internos y los factores externos, los internos son los que dependen de la empresa y son generadas por si misma, la administración se encargará de mejorar, las de carácter externo dependen del entorno de la empresa, no se puede administrar ni controlar por lo tanto se debe actuar en el momento y dar soluciones eficaces (2011).

### **2.6.1. Análisis interno y externo**

El propósito fundamental de este análisis es potenciar las fortalezas del lugar donde se ejecutará el proyecto (Rivera & Lopez, 2012):

- Aprovechar oportunidades
- Contrarrestar amenazas
- Corregir debilidades

### 2.6.1.1. Análisis del Entorno Interno

Las fortalezas y debilidades se identifican en la estructura interna de la organización, deben evaluarse (Rivera & Lopez, 2012)

- Calidad y cantidad de los recursos con que cuenta la empresa.
- Eficiencia e innovación en las acciones y los procedimientos.
- Capacidad de satisfacer al cliente.

### 2.6.1.2. Análisis del entorno exterior

Las amenazas y oportunidades se identifican en el exterior de la organización, en su contexto, esto implica analizar (Rivera & Lopez, 2012):

- Los principales competidores y la posición competitiva que ocupa la empresa entre ellos.
- Las tendencias del mercado.
- Los factores macroeconómicos sociales, gubernamentales, legales y tecnológicos que afectan al sector.

**Tabla 2. Matriz FODA**

<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una sola boletería, incrementa el tiempo de espera.</li> <li>• Que los trabajadores no cumplan correctamente con sus obligaciones y horarios.</li> <li>• No contar en el bar con el stock adecuado los fines de semana y feriados.</li> <li>• Alto costo de mantenimiento en</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condiciones meteorológicas.</li> <li>• Depender de la administración de turno.</li> <li>• Cambios de precios por la competencia.</li> <li>• El mal uso de los botes por parte de los usuarios.</li> <li>• Contaminación del agua de la laguna.</li> </ul>

<p>botes, laguna, equipos, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de control en el tiempo estimado de uso de botes en horas pico, fin de semanas y feriados.</li> </ul>	
<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los botes son nuevos de gran calidad y con diseños llamativos.</li> <li>• Adecuada ubicación, acceso y salida por las principales vías de la ciudad.</li> <li>• Protocolos de servicio</li> <li>• Espacio recreativo familiar</li> <li>• Instalaciones modernas y orientadas a la comodidad del cliente como: áreas de espera, baño privado, seguridad, etc.</li> <li>• Estrategias de promoción, programas de descuentos.</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilidad de transporte.</li> <li>• Permanente promoción turística del parque, por el Municipio de Quito.</li> <li>• No todos los parques urbanos de la ciudad poseen espacios recreativos acuáticos, limitada competencia.</li> <li>• Promoción del Parque por medios de comunicación.</li> <li>• Amplios espacios para parqueadero de vehículos.</li> <li>• Realización de eventos artísticos y culturales.</li> </ul>

## 2.7. Estrategias mediante el DAFO

### 2.7.1. Planteamiento de estrategias

Para que la empresa *Ecobotes* obtenga estrategias, es necesario establecer una combinación de factores internos y externos así se crea una estabilidad para la empresa y de esa forma llegar al mercado (Hernandez y Rodriguez & Pulido, 2011), se hace una combinación de Fortalezas con oportunidades (FO), las Oportunidades que mejoran las Debilidades (DO), las Fortalezas que

reducen las Amenazas (FA) y por último las Amenazas que evitan las Debilidades (DA). (Bateman & Snell, 2005)

### **2.7.1.1. Definición de estrategias**

#### **2.7.1.1.1. Estrategia Ofensiva (FO)**

- Colocar en las vías de acceso vallas publicitarias brindando información de *Ecobotes*.
- Realizar campañas publicitarias, brindando mayor información sobre los servicios que presta el establecimiento, mediante diferentes medios de comunicación.
- Diferenciar *Ecobotes* de la competencia, resaltando el servicio exclusivo de alquiler de botes ecológicos en la información que se les brinda a los clientes.
- Realizar campañas de promoción en los eventos realizados en el parque (conciertos, festivales, etc.).
- Promoción y participación en redes sociales.

#### **2.7.1.1.2. Estrategia defensiva (FA)**

- Realizar dípticos o trípticos informativos sobre los beneficios de la utilización de los servicios del parque, para que los clientes sientan mayor interés de visitar el establecimiento.
- Auspiciar eventos deportivos de instituciones educativas o comerciales y realizar descuentos en el precio de la entrada.
- Programar descuentos en temporada baja.

#### **2.7.1.1.3. Estrategia reorientación (DO)**

- Colocar material publicitario en diferentes puntos de la ciudad de Quito, para atraer la atención del cliente.

- Realizar eventos culturales y deportivos como: recitales, títeres, deportes tradicionales, entre otros, los cuales se realizarán en el área recreativa.
- Mantener contacto permanente con los proveedores.

#### **2.7.1.1.4. Estrategia de Supervivencia (DA)**

- Realizar invitaciones a instituciones educativas para incentivar las visitas al Parque.
- Contratar personal capacitado que preste una excelente atención al cliente y lograr su satisfacción.

## **2.8. Análisis de competitividad**

### **2.8.1. Ventaja Competitiva**

Las competencias directas que se deben tomar en cuenta para este análisis son: Parque la Carolina, Parque La Alameda y Parque Metropolitano Equinoccio.

Las características que se van a analizar para poder llegar a las ventajas competitivas son: producto, precio, plaza, promoción y otros.

- Una ventaja competitiva que tiene *Ecobotes* es contar con una flota de botes modernos y actualizados a pedal y remo.
- Otra de las ventajas de *Ecobotes* en relación con la competencia, es estar ubicado en uno de los parques más grandes en Latinoamérica.
- El Parque Bicentenario por su gran extensión, permite que se organicen eventos deportivos y artísticos de gran magnitud permitiendo la llegada del usuario.

- De la misma manera la empresa *Ecobotes* tendrá una estrategia de promoción en la cual sus clientes podrán aprovechar las promociones y ferias culturales.
- *Ecobotes* por ser una empresa recién creada tendrá publicidad gratuita por parte del Municipio y los medios de comunicación de la ciudad.

## Capítulo III

### 3. ANÁLISIS DE MERCADO

#### 3.1. Objetivo del estudio de mercado

##### 3.1.1. Metodología de la Investigación

Para realizar esta investigación, se tomó en cuenta la metodología de Malhotra, quien para poder hacer una investigación de mercado plantea que se debe cumplir con seis etapas; sin embargo, para el presente estudio se han considerado cuatro de las mismas, a fin de adaptar la metodología a la realidad de la idea de negocio (2008).

- A. Definición del problema
- B. Elaboración del diseño de la Investigación
- C. Trabajo de campo
- D. Preparación y análisis de datos

Con estos procesos de investigación de mercado se podrá determinar si es factible la empresa de servicios recreativos acuáticos en el Parque Bicentenario en la provincia de Pichincha.

##### 3.1.2. Definición del problema de investigación

Con esta investigación de mercado se busca: determinar la factibilidad de implementar una empresa de servicios acuáticos *Ecobotes*, en el parque Bicentenario en la provincia de Pichincha. Según Malhotra, para analizar el problema de investigación se debe hacer entrevistas a expertos, análisis de datos secundarios e investigación cuantitativa (2008).

Por ello, se cumplió con los siguientes objetivos:

- Conocer la frecuencia de visita del cliente al Parque Bicentenario y qué tipo de actividades realiza.
- Establecer un precio competitivo con respecto al mercado.
- Determinar la mejor vía de publicidad que beneficie a la empresa *Ecobotes*.
- Reconocer las preferencias y necesidades del cliente, para saber que se puede ofertar.

### **3.1.3. Diseño de la investigación**

El diseño de investigación de mercado, es para recopilar información para estructurar y resolver los problemas, para esto existe una variedad de métodos como: la investigación explorativa, investigación descriptiva y la investigación casual (Malhotra, 2008).

Una vez determinado el problema, se realizará el diseño de investigación para obtener respuestas. Se optó por la investigación descriptiva con el fin de llegar a conocer las necesidades de los clientes; además, se recolectó datos y se hizo la tabulación y análisis correspondiente, la información se obtuvo de la Administración del Parque Bicentenario y se utilizó el método cuantitativo para la realización de encuestas que fueron breves y simples (Malhotra, 2008).

### **3.1.4. Investigación cuantitativa**

Es el conjunto de procesos en los que se recolecta datos para probar que los resultados son positivos o negativos, con una base estadística que pruebe las teorías (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pp 4-6).

### **3.1.5. Investigación descriptiva**

El estudio descriptivo busca explicar las propiedades, características u objetivos de los problemas a resolver, pretende solucionar y analizar la

información realizada a las personas que se les hace las encuestas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

### **3.1.6. Datos de información secundaria**

Según Malhotra los datos secundarios se los realiza a personas que tienen acceso a información pública (2008), datos que se obtendrán de los Administradores del Parque Bicentenario de Quito, los mismos que tienen relación con el proyecto.

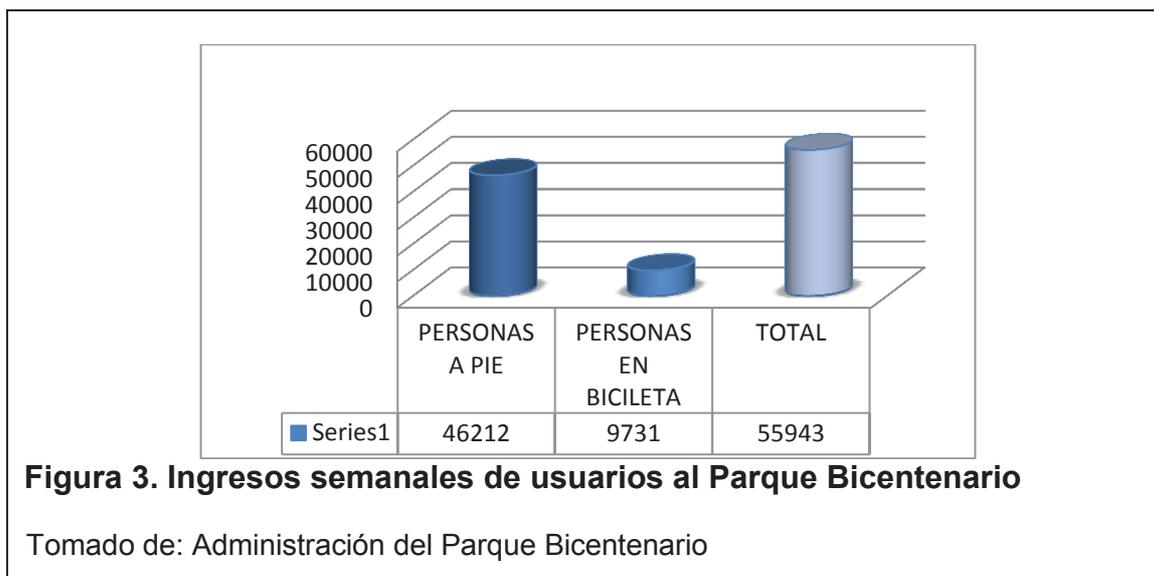
Las encuestas se realizaron los fines de semana en el Parque Bicentenario y en el Parque La Carolina en el área de la laguna, por ser los días más visitados por los usuarios.

## **3.2. Entrevistas a expertos**

### **3.2.1. Información del Parque Bicentenario de Quito**

En la entrevista al Administrador General del Parque Bicentenario de Quito, Ingeniero Eduardo Naranjo, quién manifestó que el Parque Bicentenario fue inaugurado el 27 de Abril del 2013; tiene una extensión de 132 hectáreas, de las cuales 105 fueron destinadas al proyecto Parque Bicentenario, así mismo plantea que desde su inauguración, han asistido millares de personas con el propósito de realizar actividades deportivas y recreativas (Naranjo, 2015).

Además informó que en el Parque Bicentenario, se va a construir uno de los proyectos más grandes y ambiciosos de Quito, que incluirá: bulevares y paseos urbanos, jardines ornamentales, instalaciones educativas, culturales y de entretenimiento, áreas para bosques, agricultura, áreas verdes, entre otros. La Administración del Parque Bicentenario, dispuso que el economista Marco Yugcha realice un sondeo para establecer cuántas personas ingresan al parque; esta investigación se la realizó desde el lunes 5 de enero del 2015 hasta el domingo 11 de enero del 2015, obteniendo los siguientes resultados: (Entrevista 003, 2015).



Según este cuadro estadístico ingresan 55 943 personas semanalmente, de las cuales aproximadamente 46 212 personas, ingresan caminando y 9 731 personas ingresan en bicicleta.

**Tabla 3. Acceso de Usuarios**

NOMBRE DEL INGRESO	INGRESO DE LUNES A VIERNES				INGRESO FIN DE SEMANA			
	PERSONAS A PIE		PERSONAS EN BICLETA		PERSONAS A PIE		PERSONAS EN BICLETA	
	SOLAS	CON MASCOTAS	SOLAS	CON MASCOTAS	SOLAS	CON MASCOTAS	SOLAS	CON MASCOTAS
AMAZONAS	5829	240	822	13	10825	200	680	20
CAPITAN RAMOS	2645	165	563	12	2547	242	2889	19
PARQUEADRO 3	3847	453	346	103	3254	237	531	90
YEPEZ	3450	278	13	411	2453	247	939	178
TUFIÑO	1549	376	223	155	1300	218	180	47
GUALAQUISA	1557	240	519	99	1520	194	416	43
OFICINAS EPMSA	777	154	186	64	1320	103	149	22
TOTAL	19654	1906	2672	856,5	23219	1441	5784	419

Adaptado de: Econ. Marco Yugcha

Tomado de: Administración del Parque Bicentenario.

Esta tabla proporciona la información de las vías de mayor y menor flujo que utilizan los usuarios para el ingreso al parque.

El promedio de usuarios que ingresan al parque de lunes a viernes es de 5 016 y, los sábados y domingos es de 15 431, dando un total de 981 456

usuarios anualmente. Se debe tomar en cuenta que los datos pueden ser variables dependiendo de las condiciones meteorológicas por año.

### **3.3. Determinación de la muestra**

#### **3.3.1. Caracterización de la población**

Para determinar la población, se ha considerado a las personas que habitan en la ciudad de Quito, y preferiblemente las personas que visitan regularmente el Parque Bicentenario y el Parque La Carolina sector La Laguna, las mismas que independientemente de su condición social, gustan de salir a distraerse y entretenerse los fines de semana y feriados a estos lugares.

Con la información obtenida por el Ingeniero Eduardo Naranjo, Administrador del Parque Bicentenario y el señor Ramiro Benavides Administrador del Parque Náutico La Carolina, se establece que la población de visitas al Parque Bicentenario es de: 981.456 visitantes y al Parque La Carolina es de: 480.000 visitantes, que equivale a un gran total de: 1.461.456 usuarios anualmente.

#### **3.3.2. Definición de la fórmula muestral**

(Ecuación 1)

Según el Departamento de Matemáticas, de la Universidad de las Américas (2013), la fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra es el siguiente:

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

Donde se identifica que:

- n = muestra
- N = población
- E<sup>2</sup> = error

### 3.3.3. Aplicación de la muestra.

Como se indica, la población del análisis es de: 1.461.456 usuarios, correspondiente a las personas que visitan los dos parques, aplicando la fórmula muestral se obtienen los siguientes resultados, con un error estimado de 0.05.

(Ecuación 2)

$$n = \frac{1461456}{0.05^2 (1461456 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{1461456}{3654.6375}$$

$$n = 400$$

### 3.4. Aplicación de encuestas

Considerando que las encuestas son el primer filtro de información que se requieren para saber si es factible o no la implementación de una empresa de servicios recreativos acuáticos en el Parque Bicentenario del Distrito Metropolitano de Quito, estas deben ser personalizadas; el entrevistador debe estar totalmente capacitado sobre los temas a encuestar, las preguntas deben ser claras y definidas para que el entrevistado no pierda el interés y sus respuestas sean rápidas y concretas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pp. 239-241).

Se realizaron 400 encuestas a las personas que visitan el Parque La Carolina sector la Laguna y en el Parque Bicentenario, y se ejecutaron los días sábados y domingos del mes de febrero y marzo del 2015.

Verificar en el Anexo D.1

### 3.4.1. Análisis de encuestas

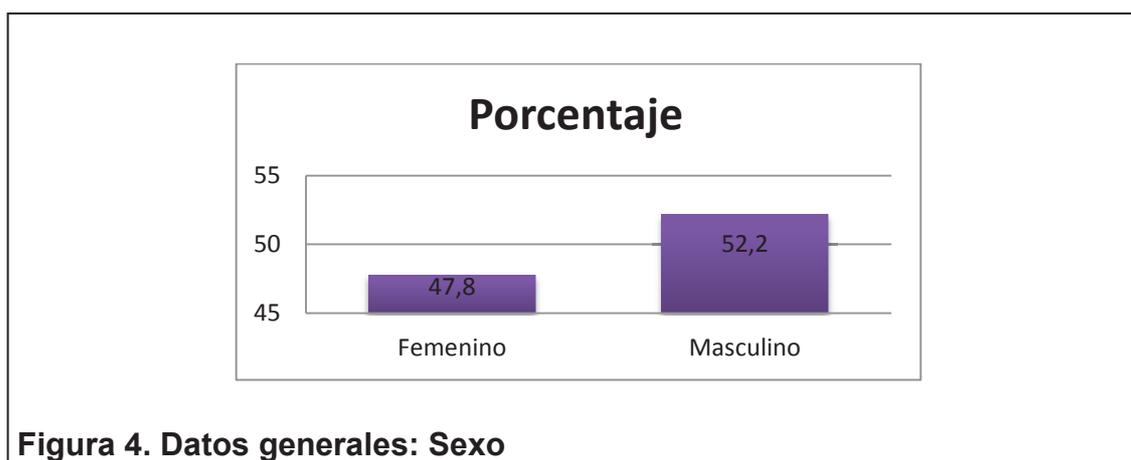
Las encuestas fueron realizadas durante los meses de febrero y marzo, las mismas que fueron aplicadas a las personas que visitaron los parques: Bicentenario (67% de los encuestados) y La Carolina sector La Laguna (33% de los encuestados), con el fin de obtener resultados para la implementación de *Ecobotes*, obteniéndose los siguientes resultados:

#### 3.4.1.1. Datos generales; caracterización de las y los encuestados.

##### 3.4.1.1.1. Sexo

Tabla 4. Datos en porcentajes por género.

Sexo	Encuestados	Porcentaje
Femenino:	191	47.8%
Masculino:	209	52.2%



En la figura 4 se encuentran los resultados de la encuesta por género, aplicada a 400 personas, siendo 191 al sexo femenino y 209 al sexo masculino, con un porcentaje de 47.8% femenino y 52.2% masculino.

### 3.4.1.1.2. Distribución por edades

Tabla 5. Datos en porcentajes por edades.

Edad	Encuestados	Porcentaje
20-25	146	36.4%
26-30	124	31.1%
31-45	103	25.8%
46-55	22	5.4%
56-65	5	1.4%

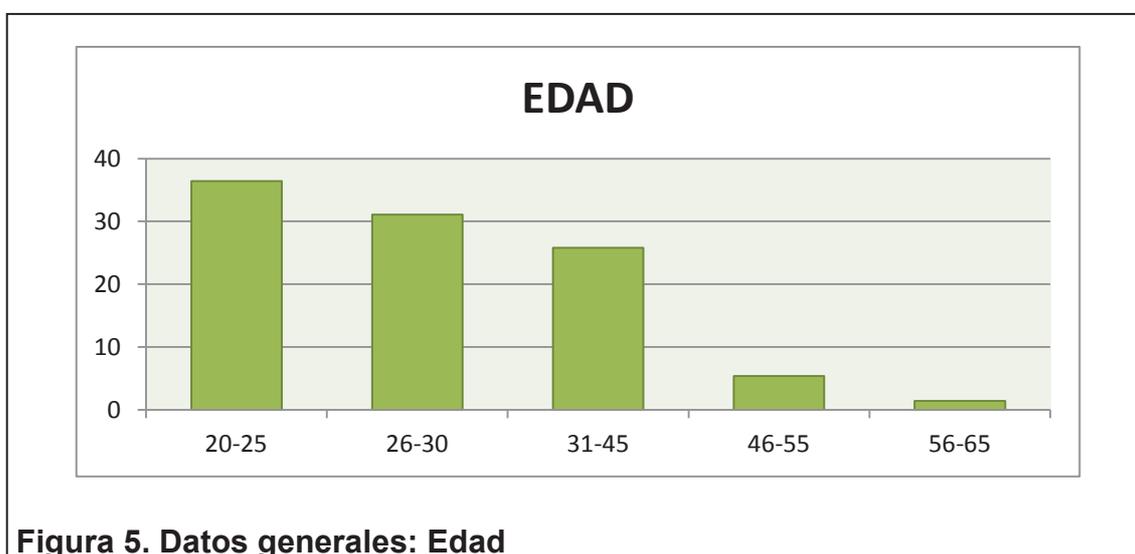


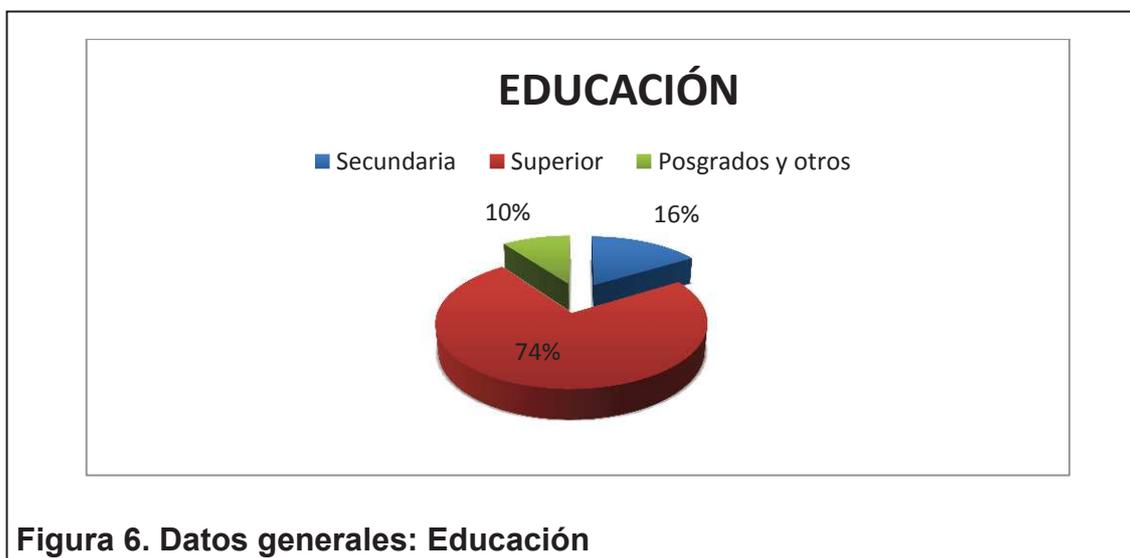
Figura 5. Datos generales: Edad

La figura 5 proporciona la información en porcentajes de las personas encuestadas que visitan los parques por edades, el 36.4% es de 20- 25 años, el 31.1% es de 26- 30 años, el 25.8% es de 31-45 años, las personas que menos visitan los parques son el 5.4% de 46-55 años y el 1.4% de 56 años en adelante, el resultado es claro, las personas que más visitan los parques son los jóvenes.

### 3.4.1.1.3. Educación

Tabla 6. Datos en porcentaje por educación.

Educación	Encuestados	Porcentaje
Secundaria	65	16.3%
Superior	295	73.7%
Postgrados y otros	40	10%

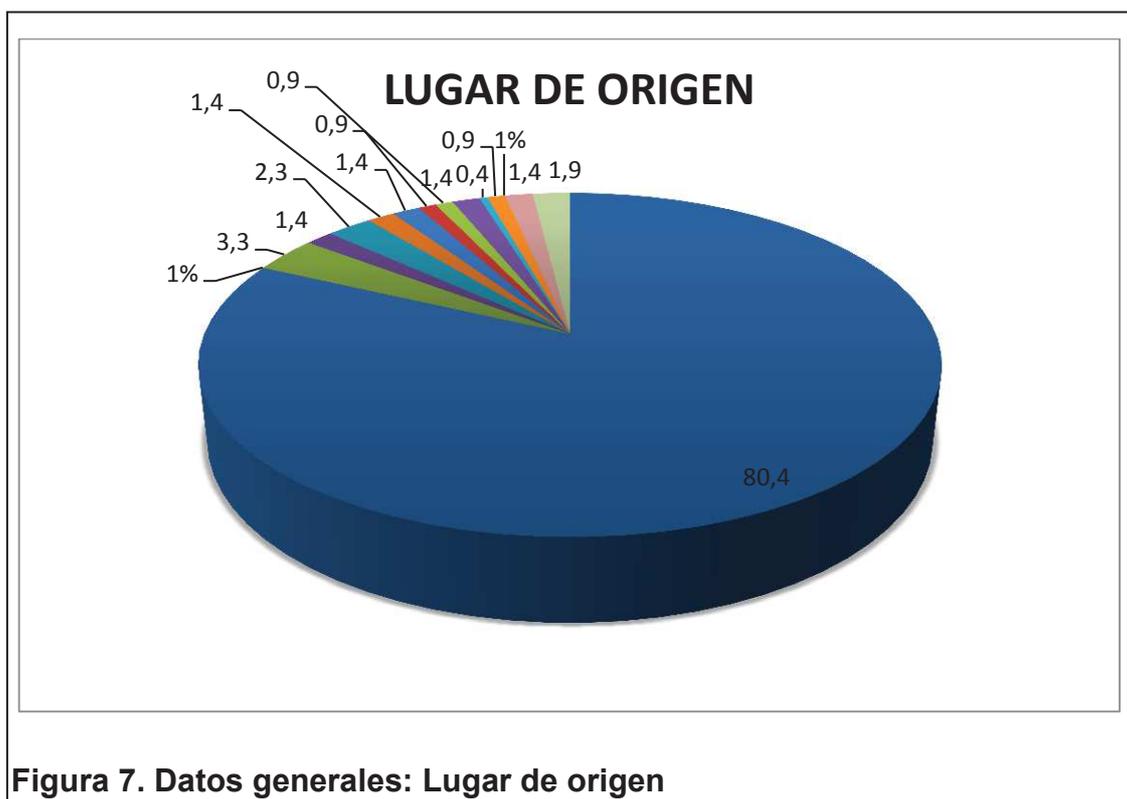


Esta encuesta demostró la formación educativa de la personas que visitan los parques, siendo el 16.3% con enseñanza secundaria, el 73.7% con enseñanza superior y el 10% entre posgrados y otros.

## 3.4.1.1.4. Distribución de lugar de Origen

Tabla 7. Datos en porcentaje del lugar de origen.

<b>Ecuador</b>		
<b>Provincia</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentajes</b>
Pichincha	322	80.4%
Guayas	4	1%
Imbabura	13	3.3%
Chimborazo	6	1.4%
Tungurahua	9	2.3%
Cotopaxi	6	1.4%
Santo Domingo de los Tsáchilas	6	1.4%
Azuay	3	0.9%
Sucumbíos	3	0.9%
Los Ríos	6	1.4%
Loja	2	0.4%
Bolívar	3	0.9%
Manabí	4	1%
Esmeraldas	6	1.4%
<b>Exterior</b>		
Colombia	7	1.9%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>



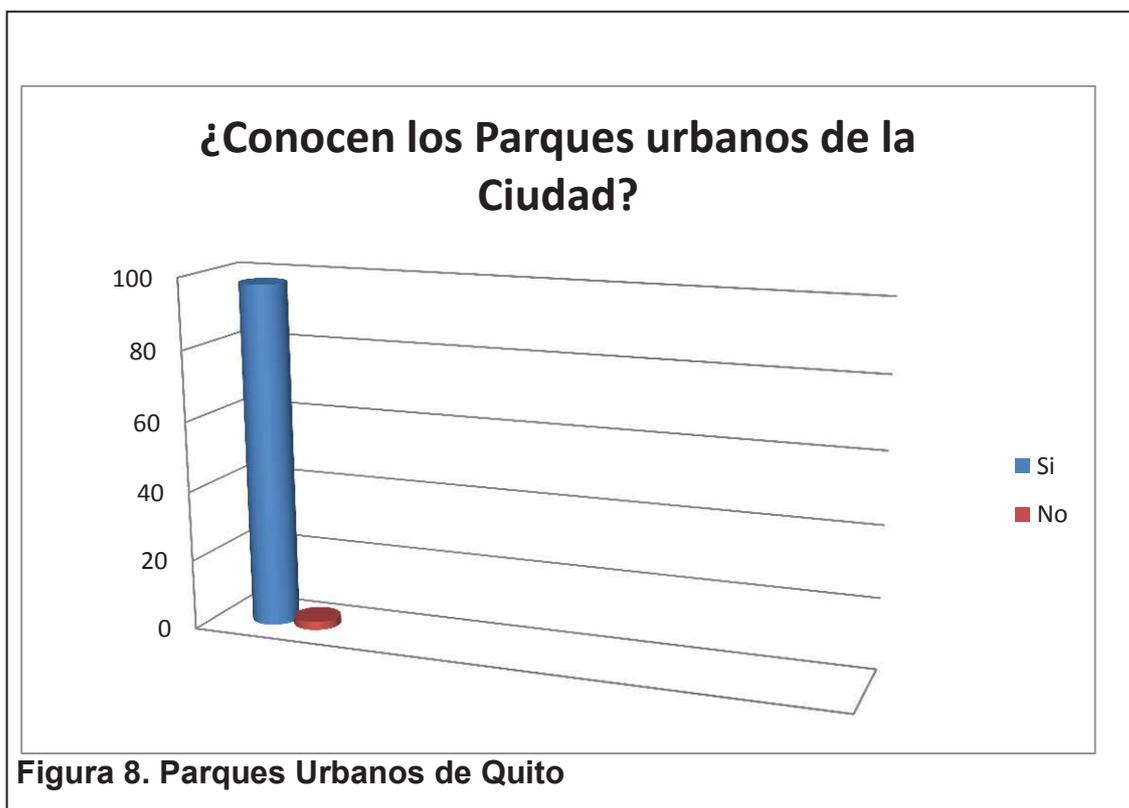
La procedencia de las personas que visitan los parques en su mayoría son de Quito y de diferentes provincias, el mayor porcentaje de personas es de Pichincha con el 80.4%, seguido por los turistas de Imbabura con el 3.3%, luego de Tungurahua con el 2.3% , con el mismo porcentaje 1.4% las provincias de Chimborazo, Cotopaxi, Los Ríos, Esmeraldas, Santo Domingo de los Tsáchilas, Guayas y Manabí con el 1%, provincias con menor presencia son: Loja con el 0.4 %, Bolívar, Azuay y Sucumbíos, con el 0.9% y por último los extranjeros que viven en Quito con el 1.9%.

### 3.4.1.2. Análisis de preferencias

#### 3.4.1.2.1. Conocimiento de los parques de la ciudad

**Tabla 8. ¿Conoce los parques urbanos de la Ciudad?**

Si	No
97,6	2,4

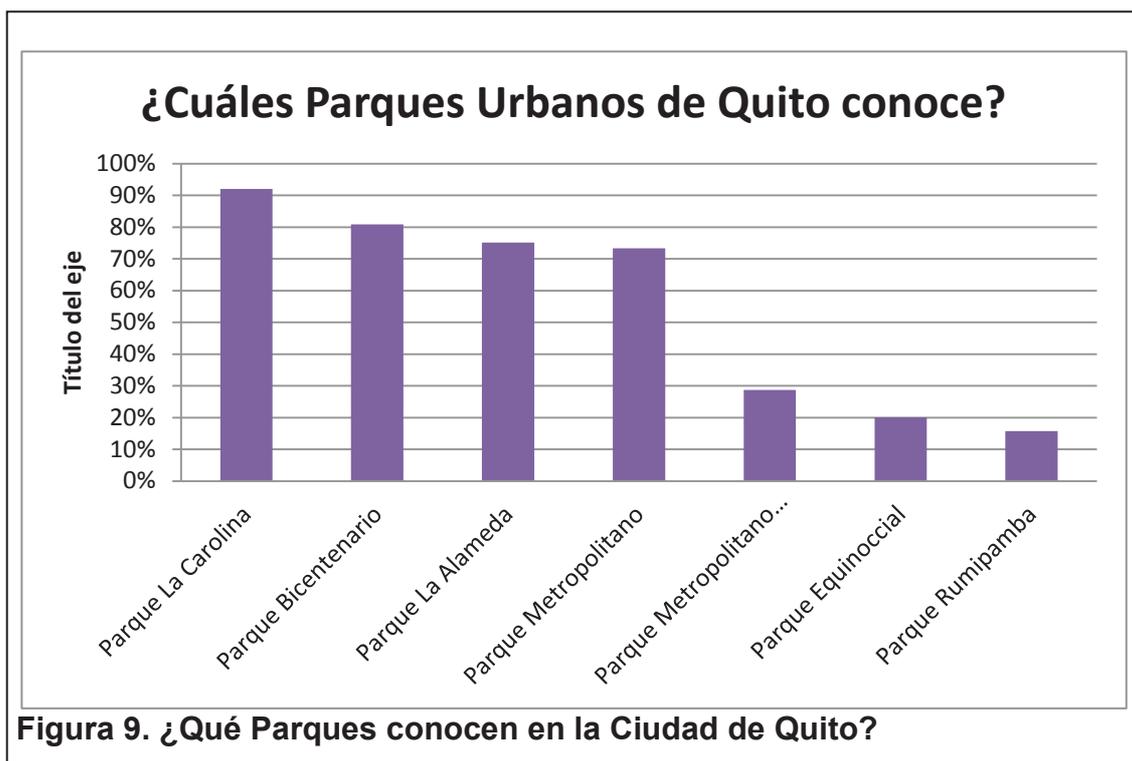


En la figura 8 demuestra que el 97,6% de las personas encuestadas (390) conocen los parques urbanos en la ciudad de Quito; mientras que las personas que no los conocen corresponden al 2,4% (10), dando un resultado positivo para la siguiente pregunta, ¿Cuáles son los parques que usted conoce?

#### 3.4.1.2.2. ¿Qué parques conocen?

**Tabla 9. Datos en porcentajes de cuales parque conocen.**

Parques	Encuestados	Porcentaje
Parque La Carolina	396	92%
Parque Bicentenario	297	80.9%
Parque Alameda	300	75.1%
Parque Metropolitano	293	73.3%
Parque Metropolitano Armenia	115	28.7%
Parque Equinoccial	80	20.1%
Parque Rumipamba	63	15.8%

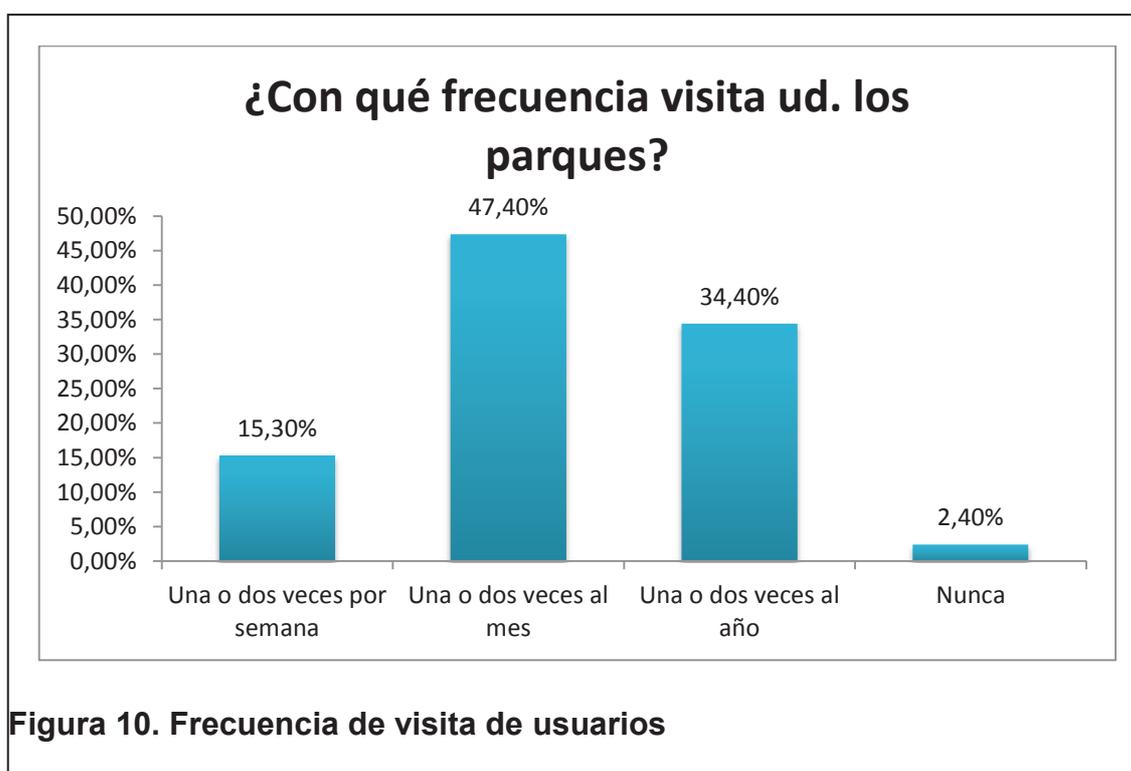


Es una pregunta que permite dar respuestas múltiples por la cantidad de parques que existen en Quito, el 99% de las personas respondió que conocen el Parque la Carolina, el 75.1% respondió que conocen el parque la Alameda, el 74.2% respondieron que conocen el Parque Bicentenario, el 73.2% respondieron que conocen el Parque Metropolitano, el 20.1% manifestó que conocen el Parque Equinoccio, el 15.8% manifestó que conocen el Parque Rumipamba y el 28.7% declaró que conocen el parque la Armenia; esta pregunta fue planteada para saber el grado de conocimiento de las personas sobre los parques de la ciudad.

### 3.4.1.2.3. ¿Con qué frecuencia usted visita los parques de la ciudad de Quito?

Tabla 10. Datos en porcentajes de visita a los parques

Frecuencia de visita a parques	Encuestados	Porcentaje
Una o dos veces por semana	61	15.1%
Una o dos veces al mes	190	47.4%
Una o dos veces al año	34	34.4%
Nunca	10	3%



Como resultado de esta pregunta, se observa en la figura 9, que el 47.4% de personas visitan mensualmente los parques, seguido por 34.4% que visitan los parques anualmente, 15.3% de personas visitan el parque semanalmente y el 2.4% de personas no visitan nunca los parques.

### 3.4.1.2.4. ¿Cuáles son los motivos para visitar los parques de la ciudad?

Tabla 11. Datos en porcentajes de visita a los parques

Actividades	Encuestados	Porcentaje
Caminata	163	40.7%
Diversión y entretenimiento	176	44%
Deporte	101	25.4%
Descanso	119	29.7%
Actividades Acuáticas	88	22%
Actividades de Ciclismo	76	19.1%
Otros	19	4.8%

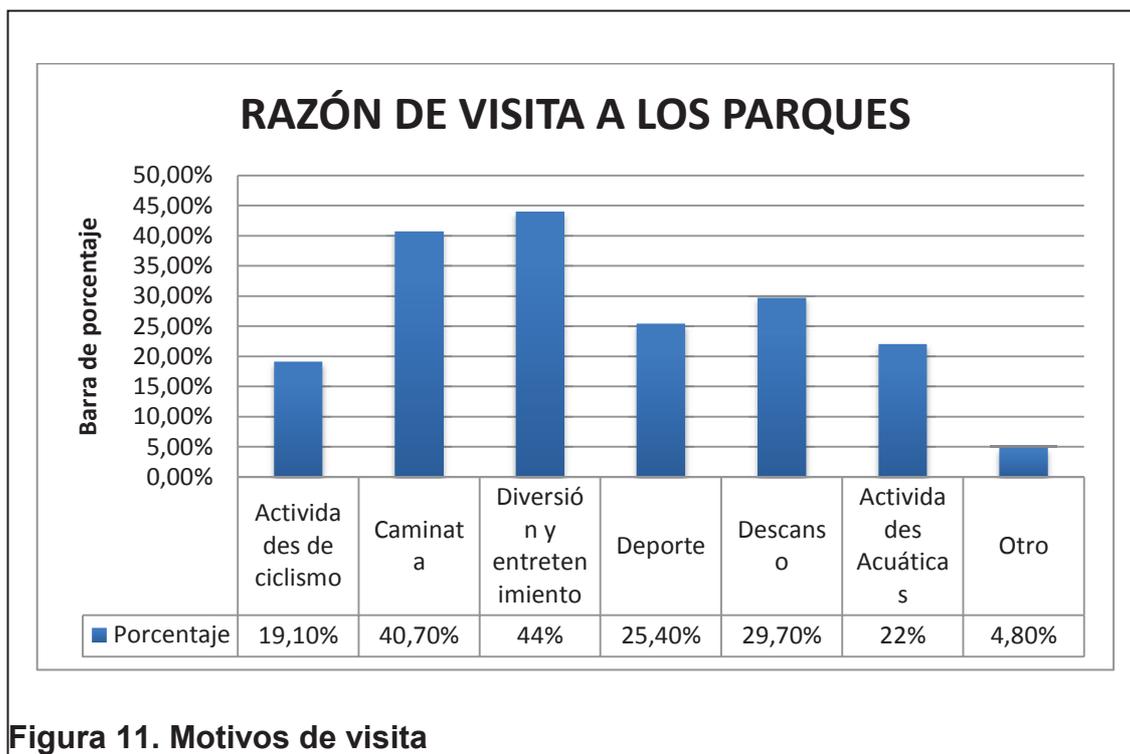


Figura 11. Motivos de visita

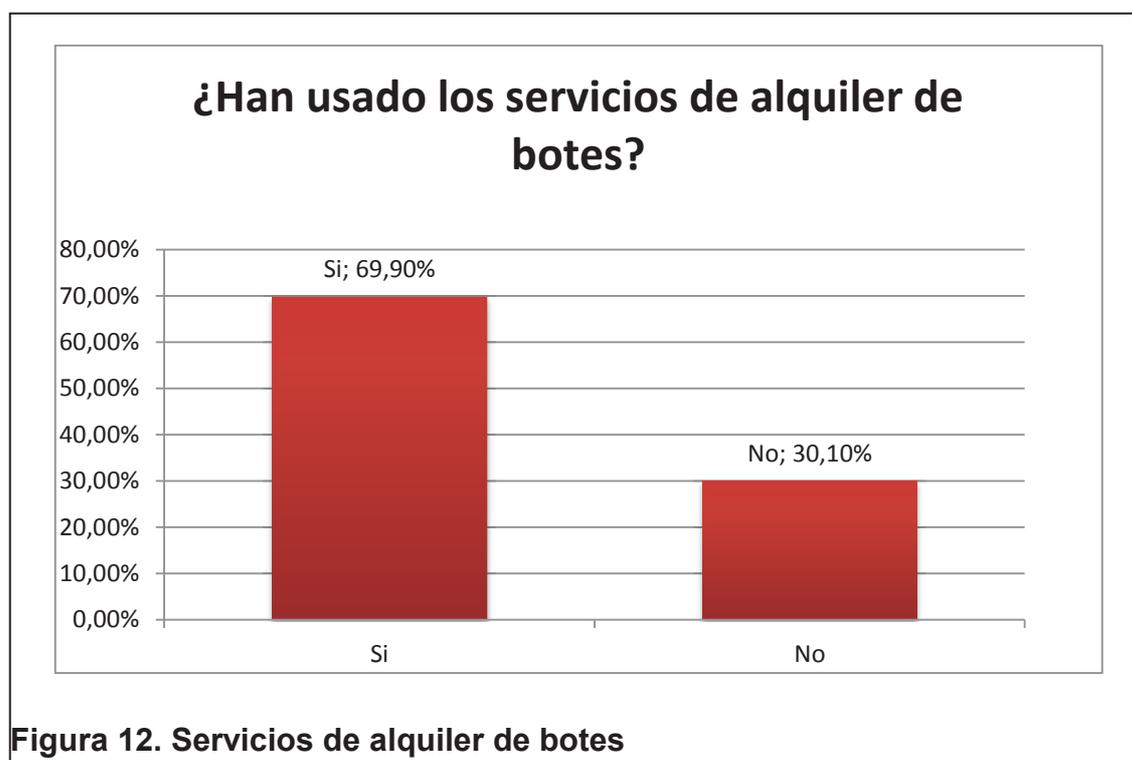
Las personas encuestadas escogieron más de dos opciones en esta pregunta; cuales son las actividades por lo que visitan los parques, el 44% contestó por

diversión y entretenimiento; el 40.7% contestó por hacer caminatas; 25.4% respondió por realizar diferentes actividades deportivas; el 19.1% por ciclismo; el 22% por actividades acuáticas; 29.7% respondieron que les gusta descansar y las demás personas con el 4.8% les gusta pasear a sus mascotas.

#### 3.4.1.2.5. ¿Han usado los servicios de alquiler de botes a pedal y remo?

**Tabla 12. Datos en porcentaje de servicios de alquiler de botes.**

Si	69.9%
No	30.1%



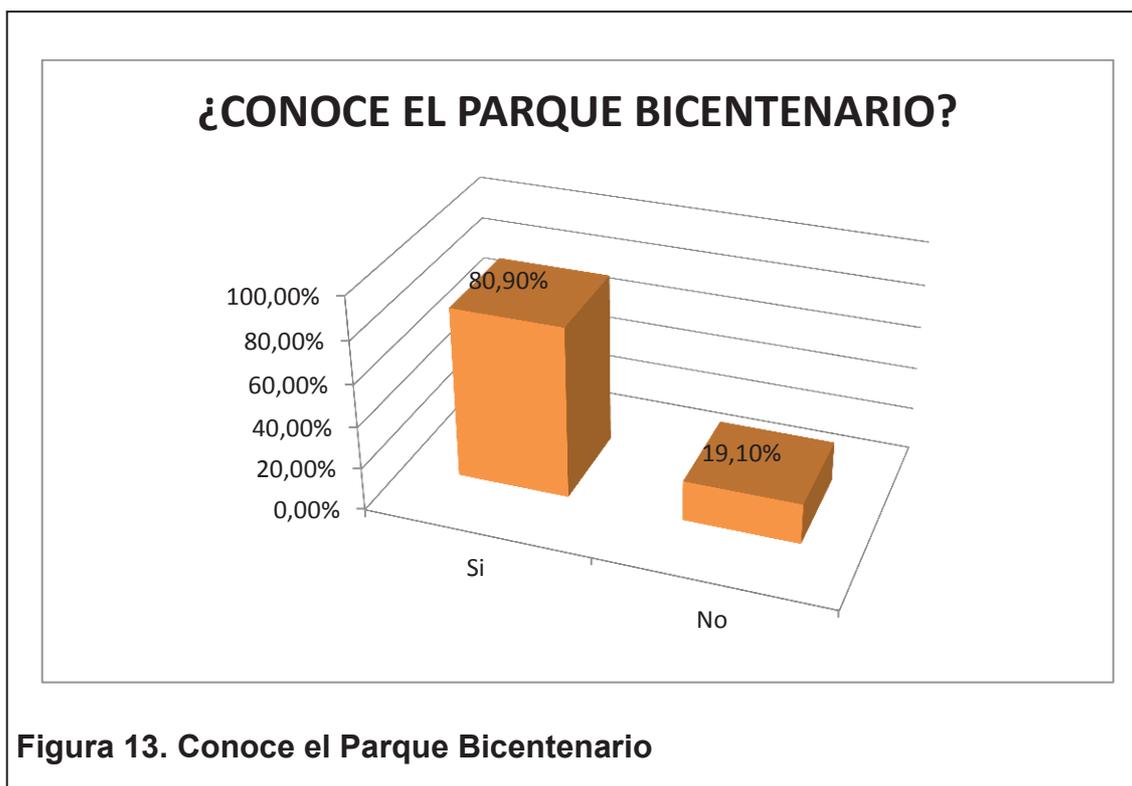
**Figura 12. Servicios de alquiler de botes**

La figura 12 demuestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada a 400 personas, con la pregunta si han usado el servicio de alquiler de botes a pedal; dando como resultado que el 69.9% de los encuestados respondieron que si han alquilado botes a pedal, y el 30.1% no han alquilado botes a pedal.

### 3.4.1.2.6. ¿Usted conoce el Parque Bicentenario?

Tabla 13. ¿Conoce el Parque Bicentenario?

Si	80.9%
No	19.1%

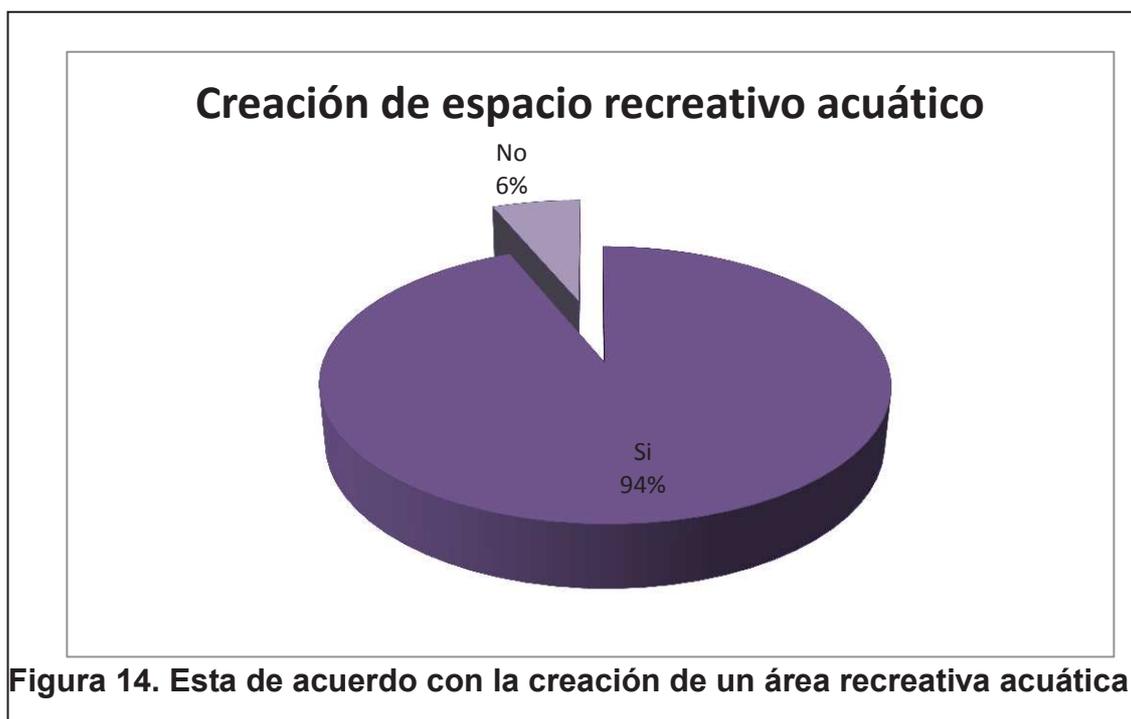


La figura 13 responde a una de las preguntas más importantes de la encuesta que es, ¿Conoce usted el Parque Bicentenario?, de las 400 personas encuestadas el 80.9% respondió que si conoce el parque Bicentenario y el 19.1% respondió que no conoce el Parque Bicentenario.

### 3.4.1.2.7. ¿Estaría de acuerdo con la creación de un área de esparcimiento acuático?

Tabla 14. ¿La creación de un área de esparcimiento acuático?

Si	93.8%
No	6.2%



En la figura 14 se encuentran los resultados de la pregunta número 6, ¿está de acuerdo con la creación de un área de esparcimiento acuático?, pregunta determinante para la empresa *Ecobotes*; los resultados de las 400 personas encuestadas el 93.8% respondieron que si están de acuerdo y el 6.2% respondieron que no están de acuerdo.

### 3.4.1.2.8. ¿Está dispuesto a utilizar servicios recreativos acuáticos?

Tabla 15. Datos en porcentajes uso de servicios acuáticos

Si	93.3%
No	6.7%

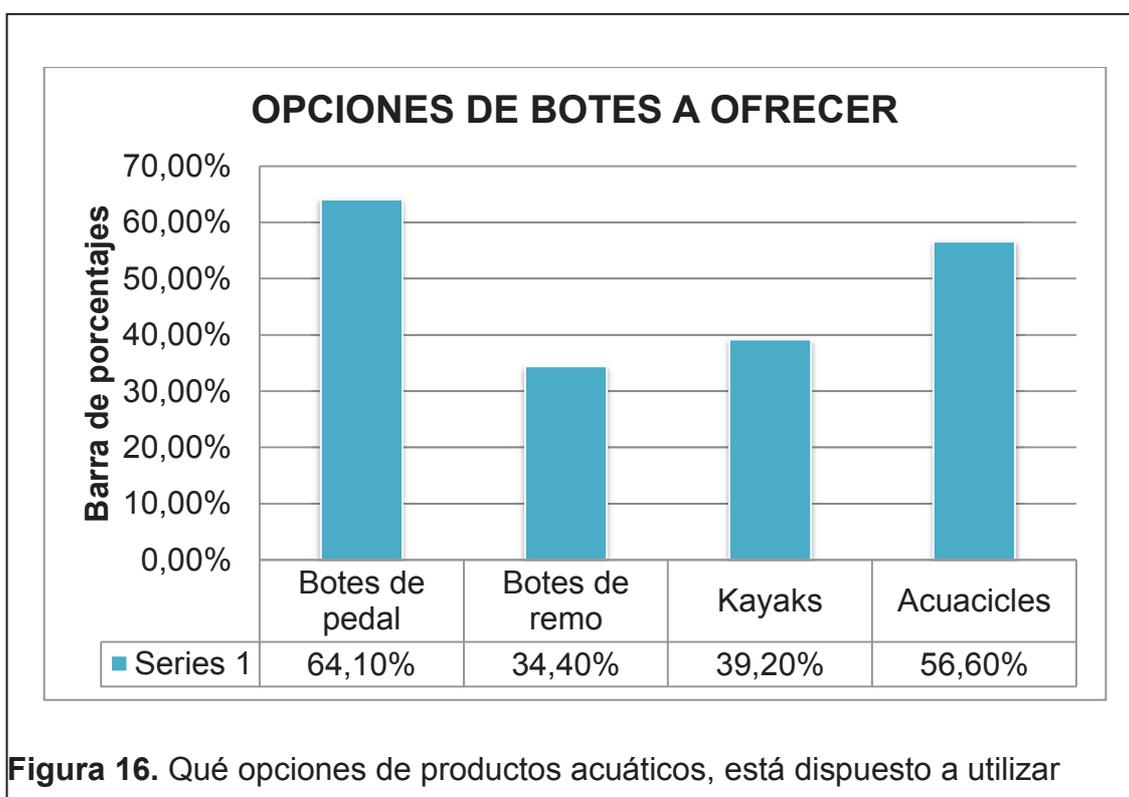


La figura 15 son los resultados de la pregunta 7, si está dispuesto a utilizar los servicios recreativos acuáticos en el Parque Bicentenario, en el caso que existiera una laguna con un flota de botes a pedal y remo, de las 400 personas encuestadas el 93.3% respondió que sí están de acuerdo con la creación de una laguna con botes ecológicos, y el 6.7% respondió que no están de acuerdo.

### 3.4.1.2.9. ¿Qué opciones acuáticas les gustaría utilizar?

Tabla 16. Datos en porcentajes botes a ofrecer

<b>Botes de pedal</b>	<b>256</b>	<b>64.1%</b>
<b>Botes de remo</b>	138	34.4%
<b>Kayaks</b>	157	39.2%
<b>Acuacicles</b>	226	56.6%



La figura 16 representa los resultados a la pregunta 8; ¿Qué opciones de productos acuáticos les gustaría utilizar en la laguna del Parque Bicentenario?, de las 400 personas encuestadas un 64.1% respondió que les gustaría utilizar botes a pedal, un 56.6% prefieren utilizar *acuacicles* (triciclo acuático), un 39.2% les gustaría utilizar kayaks y el 34.4% les gustaría utilizar botes de remo.

### 3.4.1.2.10. Qué precio está dispuesto a pagar y tiempo de uso

Tabla 17. Datos generales

Valor a pagar por los botes	
\$3.50-\$4.00	84.7%
\$4.00-\$5.00	15.3%

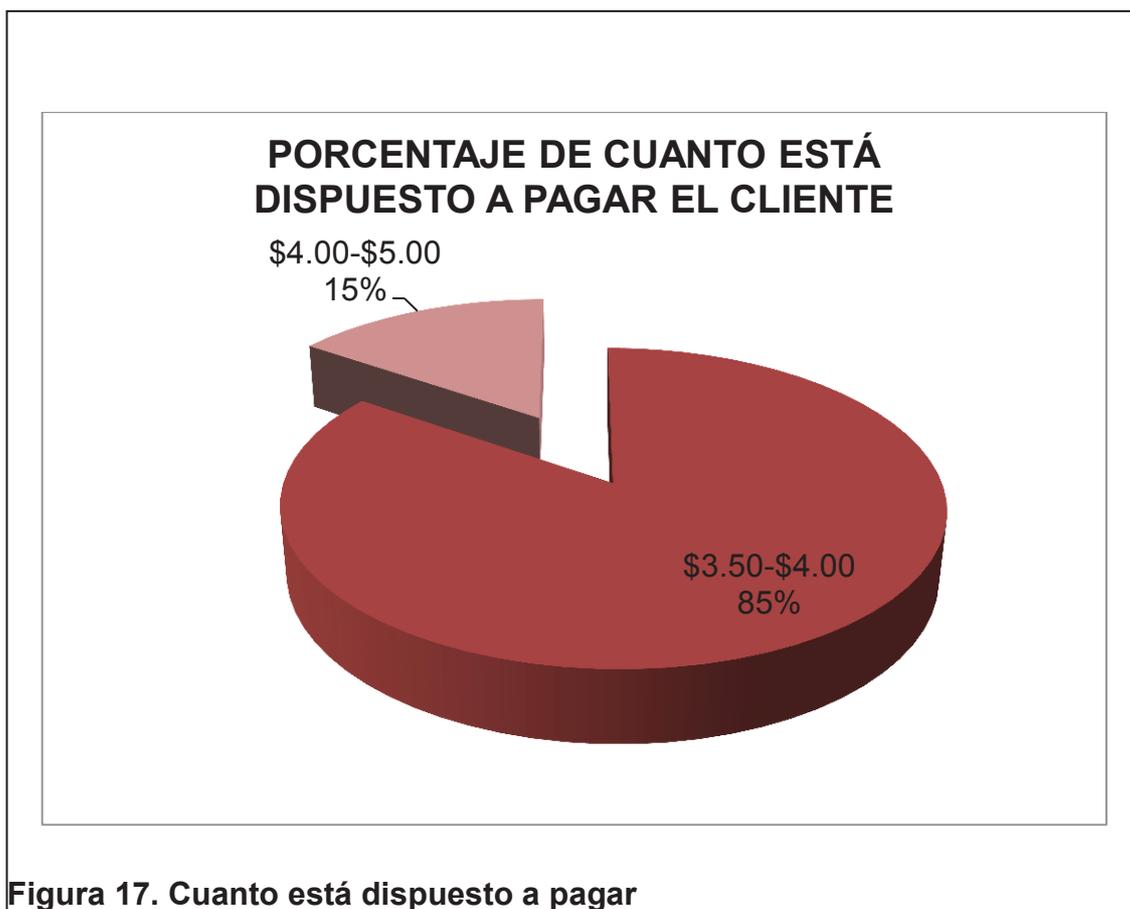


Tabla 18. Datos de generales de costo

<b>\$3.50-\$4.00</b>		
<b>Tiempo por el valor pagado</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>
15 min.	46	11.5%
30 min.	222	55.5%
45 min.	71	17.7%
<b>\$4.00-\$5.00</b>		
<b>Tiempo por el valor pagado</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>
15 min.	2	0.5%
30 min.	59	14.8%
45 min.	92	23%

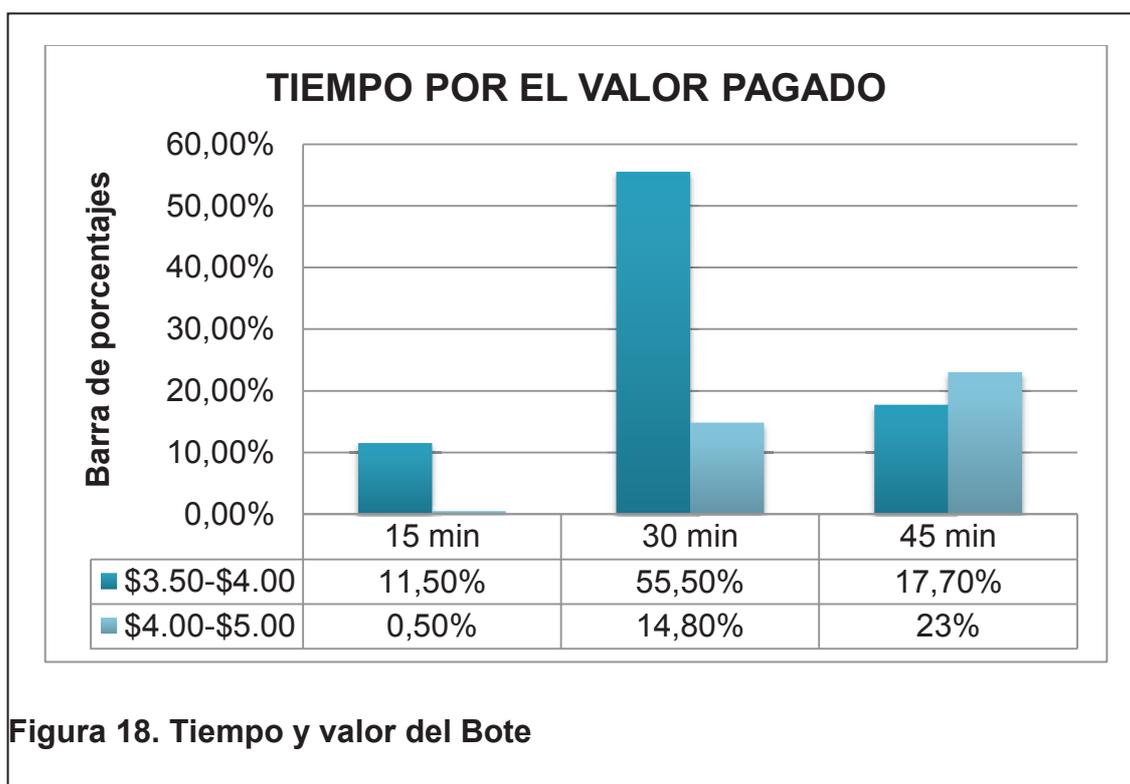


Figura 18. Tiempo y valor del Bote

La figura 18 responde a la pregunta 9; ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por los servicios y tiempo en la empresa *Ecobotes*?, como se puede observar

en los dos cuadros el 84.7% de los encuestados estarían dispuestas a pagar de \$3.50 a \$ 4.00 dólares, mientras que el 15.3% estarían dispuestas a pagar más de \$ 4.00 dólares, la otra pregunta era el tiempo del cual esta dispuestos a utilizar la flota de botes, los usuarios prefieren estar en la Laguna por 30 minutos siendo este el más alto en porcentaje.

### **3.5. Conclusiones del estudio de mercado**

Considerando las respuestas obtenidas de las 9 preguntas planteadas en las encuestas, se puede determinar que, la implementación de una empresa de servicios recreativos acuáticos en el Parque Bicentenario del Distrito Metropolitano de Quito es viable y factible. De las personas que fueron encuestadas el 97,6% conocen los parques La Carolina y Bicentenario, la mayoría de los usuarios encuestados acuden por los menos una vez al mes, buscando opciones de diversión y entretenimiento, lo más interesante de esta encuesta, fue que un 69,9 % de los encuestados están interesados en el servicio de recreación acuática, siendo las personas que están en los rangos de edad de 20 a 25 años y tienen una formación superior. El 93.8% de las personas está de acuerdo con la implementación de dicha empresa y, el 93.3% de los posibles usuarios consideran necesario la creación de una laguna artificial dentro del parque Bicentenario y utilizarían botes a pedal, botes de remos y kayaks, servicio por lo cual pagarían entre 3,50 a 4,00 dólares, para disfrutar de un tiempo establecido de 30 minutos en el área de la laguna.

## CAPÍTULO IV

### 4. PLAN DE MARKETING

#### 4.1. Definición de marketing

Es un conjunto de procesos destinados a lograr el beneficio interno y, la satisfacción del consumidor, con productos adecuados, en el tiempo correcto y con precios justos (Kotler & Armstrong, 2008).

#### 4.1.1. Desarrollo de las 8ps de Marketing

Estos ocho componentes del marketing son muy importantes porque permiten establecer estrategias que van a satisfacer las exigencias de los clientes (Lovelock & Wirtz, 2009).

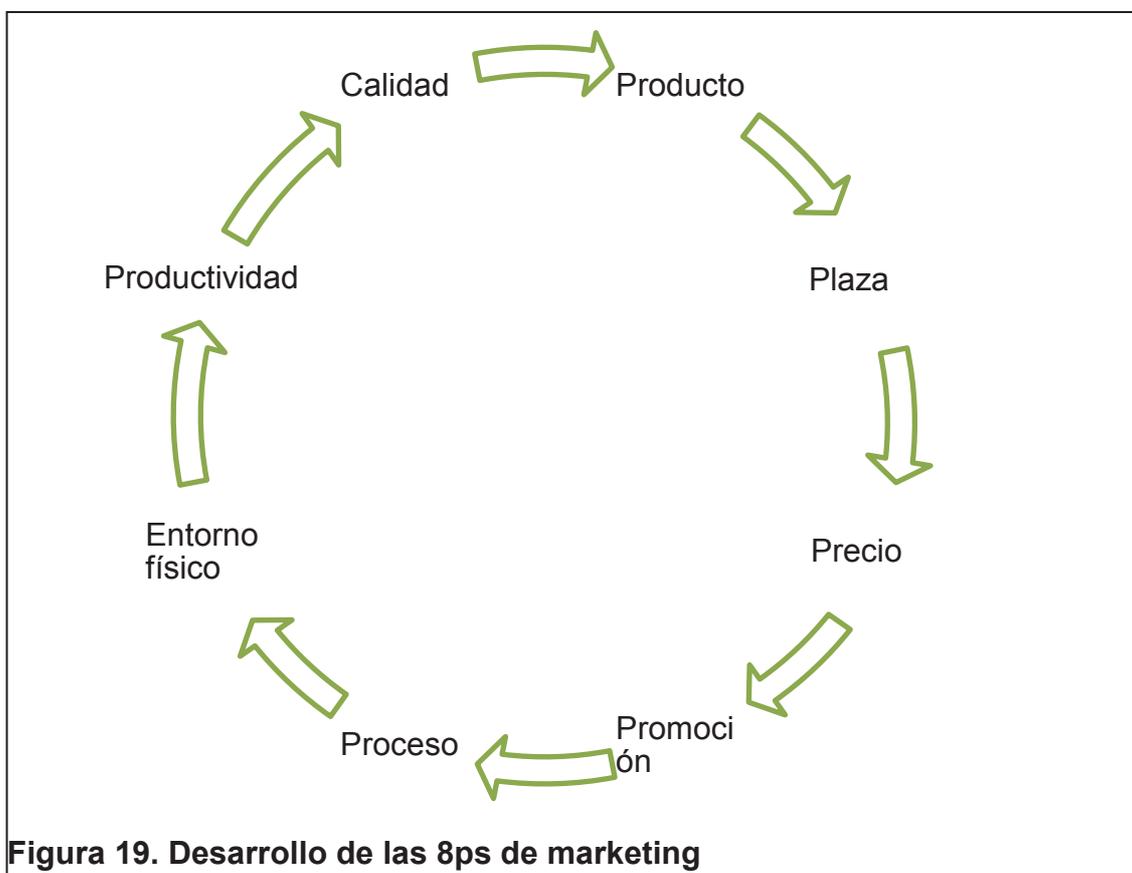


Figura 19. Desarrollo de las 8ps de marketing

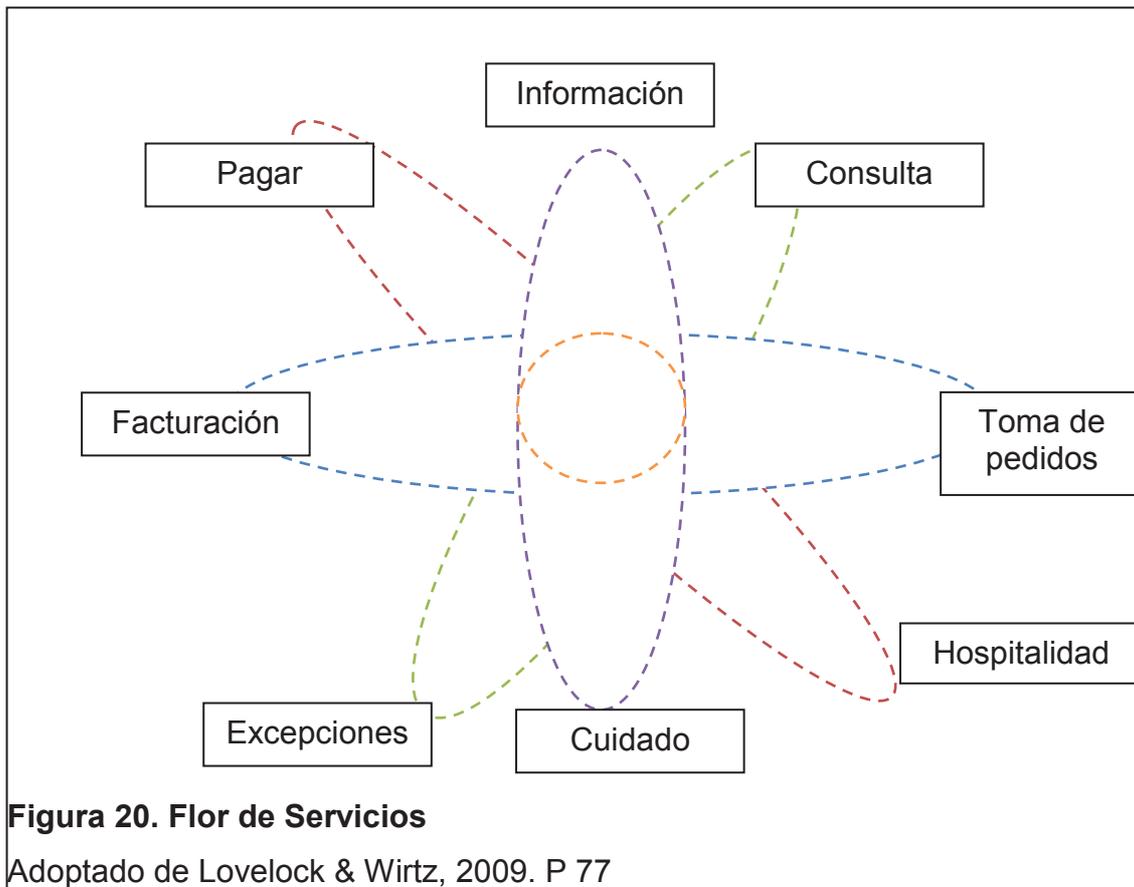
## 4.2. Elementos del Producto

Según Lovelock & Wirtz (2009, pp.70-71), un producto bien diseñado es fundamental para cumplir con éxito las estrategias de una empresa, por lo tanto las necesidades de los clientes serán complacidas con productos básicos y servicios complementarios; el objetivo es incrementar un servicio, con un valor agregado que genere una ventaja y se diferencie de la competencia.

Por esta razón el producto de la empresa de servicios recreativos acuáticos *Ecobotes* no solo comercializara paseos en botes ecológicos sobre una laguna artificial, también ofrecerá el servicio de *snack bar* y un área recreativa para niños.

Los atributos de los servicios que ofrece *Ecobotes* tienen capacidad para satisfacer y superar las expectativas de los clientes, que desean disfrutar de un momento de tranquilidad en compañía de familiares o amigos.

Se tomará en cuenta el uso de la flor del servicio, que ayuda a mejorar el servicio básico y facilitará el uso del producto cliente. (Lovelock & Wirtz, 2009, pp. 77-84)



#### 4.2.1. Información

La información de la ubicación geográfica y de cómo llegar al área de recreaciones acuáticas de *Ecobotes*, se lo hará mediante mapas turísticos, página web, redes sociales, entre otros, donde se hará conocer la vías de acceso, ubicación de parqueaderos y qué líneas de buses pasan por las vías principales del parque, se informará los horarios de atención al público para el servicio de botes y para el servicio de bar; toda esta información se le ofrecerá al cliente en español e inglés.

#### 4.2.2. Toma de pedidos

El cliente dispondrá de una boletería para la adquisición de tickets que le permitirán utilizar el servicio de botes a pedal y remo y de una caja registradora en el bar para los perdidos de alimentos y bebidas disponibles.

#### **4.2.3. Facturación**

La facturación o la entrega de facturas serán realizadas de acuerdo a la ley.

#### **4.2.4. Pago**

Los pagos serán en efectivo por los bajos costos de los productos, tanto en botes como en el *snak bar*.

#### **4.2.5. Consulta**

Se dispondrá de una caja de sugerencias tanto en el área de botes como en el área de bar, para que nuestros clientes tengan la oportunidad de manifestarse positiva o negativamente.

Además las personas encargadas de atención al cliente, estarán capacitadas para satisfacer cualquier inquietud o necesidad que tengan los clientes.

#### **4.2.6. Hospitalidad**

La sonrisa, la cordialidad y el respeto son características necesarias para que un cliente se sienta satisfecho, es importante elaborar normas y reglas de procedimientos para el personal que ingrese a trabajar en *Ecobotes*, las mismas que serán cuidadosamente seleccionadas, y tendrán la obligación de dar al cliente una esmerada atención.

La imagen, presentación y honestidad del personal que trabaje en *Ecobotes* será íntegra y cuidadosamente supervisada.

Entre las normas de procedimientos se pueden citar las siguientes:

- Recibir al cliente con un atento y cordial saludo.
- Tratar al cliente por su título como: Doctor, Ingeniero, Licenciado, entre otros, en caso de que se presente indicándolo.

- Si es un cliente conocido tratarlo por su nombre, para que se sienta a gusto.
- Respetar su espacio personal.
- Al hablar con el cliente se debe hacerlo en forma clara, sin levantar el volumen de vos.
- Todos y cada uno del personal que trabaje en *Ecobotes*, deberá cuidar su imagen personal y sus uniformes deberán estar impecables.
- Es importante dar solución inmediata a cualquier requerimiento e inquietud de los clientes.

#### **4.2.7. Cuidado**

El cuidado de las pertenencias de los clientes es esencial; el usuario se alegra cuando uno de los trabajadores le indica que se ha olvidado algo al momento de terminar el uso del servicio, esto da un plus de confianza, lo cual hará que los clientes vuelvan no solamente por la calidad del servicio, sino por la confianza y la seguridad que brinda *Ecobotes*.

A excepción cuando la pérdida de los objetos personales haya sido por culpa del cliente, en este caso la gerencia no se responsabiliza por la pérdida de los mismos.

Además *Ecobotes* contratará una empresa de servicios de seguridad que estará en el lugar las 24 horas, los 7 días de la semana y se implementará cámaras de seguridad en puntos estratégicos.

#### **4.3. Plaza**

Todos los establecimientos recreativos que ofrezcan servicios tangibles o intangibles, deben tener interés en las decisiones sobre la plaza, es decir cómo poner a disposición de los usuarios las ofertas y hacerlas accesibles a ellas.

### **4.3.1. Lugar y Tiempo**

La empresa *Ecobotes* estará ubicada dentro del Parque Bicentenario de Quito, en la provincia de Pichincha, debido a la situación geográfica y ambiental se ha poblado notablemente en el último año, por eso muchos de sus habitantes gozan de los privilegios naturales que ofrece el sector y atraen al sector turístico.

El presente proyecto se desarrollará en un ambiente natural, donde no existen servicios similares que afecten al buen desenvolvimiento del proyecto, la mayoría de establecimientos no son de recreación.

Esto brinda una gran ventaja a *Ecobotes* por lo que podrá llamar la atención a futuros clientes y tendrá una mayor facilidad para posicionarse en el servicio en la mente del consumidor.

## **4.4. Precio**

El marketing es la única función que produce más ingresos; las otras funciones gerenciales generan costos, por lo tanto a través de la fijación de precios efectiva las ventas que se hacen en la empresa empezará a generar utilidades, con eso se cubren los costos y se crea un valor para el negocio (Lovelock & Wirtz, 2009, pp. 125)

Para la fijación del precio de la renta de botes, se tomará en cuenta el plazo de tiempo que durará el convenio de cogestión, entre el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y la empresa *Ecobotes*. A mayor tiempo, menor costo y a menor tiempo, mayor costo.

### **4.4.1. Estrategia de Fijación de Precios**

Según Lovelock & Wirtz para establecer un precio se debe tomar en cuenta el costo mínimo, el valor percibido y los competidores (2009 pp.127).

De este modo, el cliente normalmente mezcla la calidad del servicio y producto con el precio y, para obtener un cliente satisfecho se debe dar un excelente servicio un producto de mejor calidad.

La estrategia que *Ecobotes* utilizará, es un precio conveniente para que el cliente pueda pagar, ya que la calidad de servicio que ofrecemos es de excelencia y el producto que se ofrece es nuevo.

#### 4.4.1.1. Fijación de precios basados en la competencia

Para la fijación de precio ante los competidores se hizo un análisis de competencia, para esto se determinó que el costo de:

Cada uno de los competidores es diferente, en el caso del Parque la Carolina sector la Laguna su costo es de \$4.00 por bote y se pueden subir máximo 5 personas, dos adultos y tres niños menores de 5 años; en cambio, en el parque La Alameda el costo varía de lunes a viernes, el costo es de \$2.50 y los días sábados, domingos y feriados el costo es de \$3.00 por la afluencia de gente; en el Parque Metropolitano Equinoccio el costo es de \$3.50 y se pueden subir máximo tres personas; con esta referencia y el análisis en la encuesta, se determina que en el Parque Bicentenario *Ecobotes* el costo será de \$3.90, este es un precio justo para máximo cuatro personas, ya que el Parque es nuevo y el producto es de calidad, el cliente paga por seguridad y calidad y, eso se observa en las encuestas.

**Tabla 19. Precio de competencia**

Competencia	Precio
Parque “La Carolina”	\$4.00
Parque La Alameda	\$3.00
Parque Metropolitano Equinoccio	\$3.50
Parque Bicentenario <i>Ecobotes</i>	\$3.90

#### 4.4.1.2. Fijación de precio basado en el punto de equilibrio

**Tabla 20. Precio basado en el punto de equilibrio**

<b>Competencia</b>	<b>Precio</b>
Parque "La Carolina"	\$4.00
Parque La Alameda	\$3.00
Parque M. Equinoccio	\$3.50
<b>Media Equilibrio</b>	<b>\$3.50</b>

#### 4.4.1.3. Fijación de precio basado en el valor percibido

Cada bote da 2 vueltas diarias, son 60 vueltas al mes, para sacar el valor percibido se multiplica 65 botes por 60 vueltas dando un resultado de 3.900 vueltas.

Valor percibido de \$3.90

**Tabla 21. Valor basado en el valor percibido**

	DICIEMBRE	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Vueltas cada bote diario</b>		2	2	3	3	3
<b>Vueltas cada bote al mes</b>		60	69	76	84	92
<b>Vueltas botes mes</b>		3.900	4.505	4.955	5.450	5.995

#### 4.5. Promoción y Publicidad

Es un proyecto nuevo e innovador, es necesario crear en el cliente una imagen de confianza, seguridad, con esto es necesario crear una estabilidad mental en el usuario para mantenerse en contacto y se establezca relaciones a largo plazo; para mantener la lealtad del cliente se mandará correos electrónicos de descuentos, o pases de cortesía (Lovelock & Wirtz, 2009, pp .155-157).

Para promocionar al servicio se realizarán invitaciones a instituciones educativas y comerciales, por ejemplo se invitará al gerente general de la

Unidad de Espacios Públicos y la Administración del Parque Bicentenario; con el objetivo de es que sea reconocida la empresa *Ecobotes* dentro del Parque Bicentenario de Quito.

La publicidad que se utilizará para el medio de la prensa, a través de vallas publicitarias, rótulos de información, hojas volantes y dípticos; las vallas publicitarias tendrán una superficie de 8 metros de largo por 4 de ancho; por la portada de las vallas se colocara el nombre de la empresa que es *Ecobotes*, en la parte grafica irá una fotografía del logo de la empresa, el slogan que aplicara para esta compañía es "***Vida sana, al aire libre***"; esta vallas serán ubicadas en diferentes puntos de la ciudad de Quito.

Por medio de la publicidad se llegará al mercado meta para producir una respuesta deseada, para que visiten el Parque *Ecobotes* y gocen de todos los servicios, todo esto creará conciencia e interés en el futuro del cliente para el servicio y se diferenciara de esta forma la oferta del servicio de la competencia.

#### **4.5.1. Publicidad**

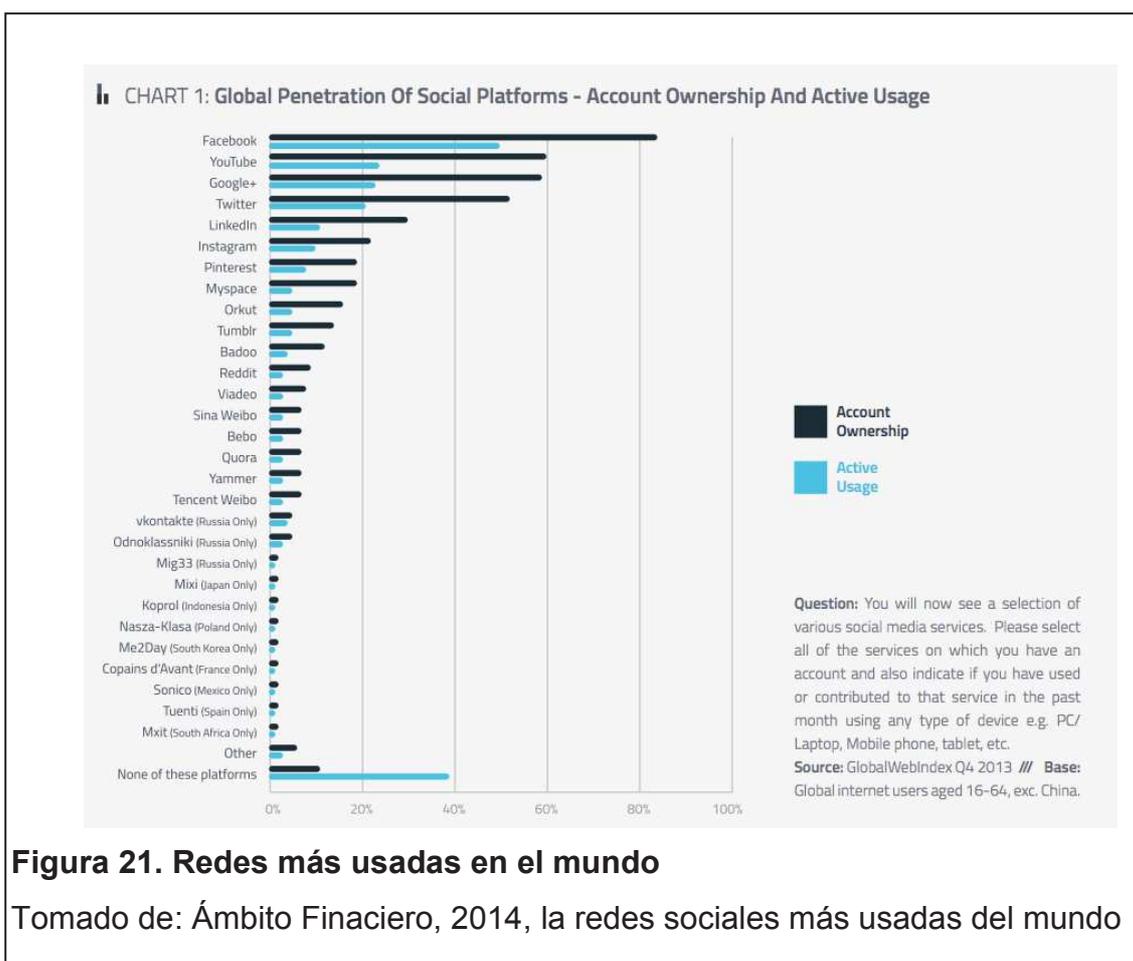
En *Ecobotes* se utilizarán redes sociales, página web, y trípticos, con esto el cliente tendrá acceso a toda la información.

##### **4.5.1.1. Página Web**

Será una herramienta que facilitará a los clientes datos importantes respecto a: la ubicación de la empresa dentro del Parque Bicentenario de Quito, un link del mapa, e información de los números y correo electrónico; si tienen alguna duda, la información será en español e inglés, también los clientes podrán encontrar información adicional del entorno del parque, fotos de los clientes que asisten diariamente y son usuarios V.I.P y días en los cuales se ofrecerán promociones.

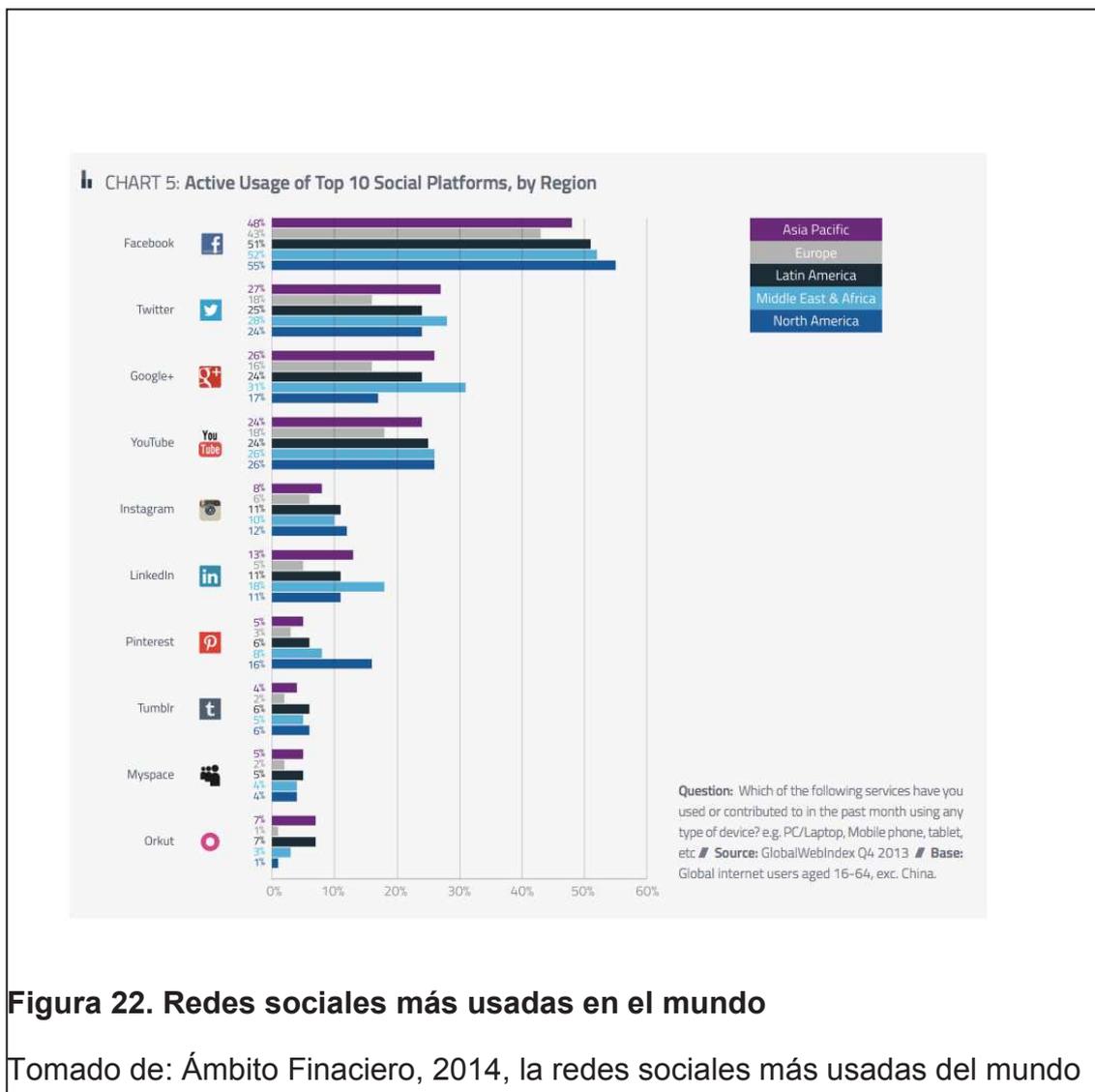
#### 4.5.1.2. Redes Sociales

Como se puede apreciar las redes sociales son una herramienta que toda persona utiliza, por esa razón se tomará en cuenta las redes sociales más utilizadas, según GlobalWebIndex a nivel mundial la red más usada es Facebook, e incluso Instagram, en el último año se experimenta que Instagram aumento su base con el 23% (2014).



En conclusión, se demuestra que casi el 80% de la población mundial se han registrado en *Facebook* y que el 50% son usuarios activos. Por esta razón se entiende que la red social con más usuarios activos es el *Facebook*.

En este caso, también se hizo una investigación de los continentes, donde más utilizan redes sociales.



**Figura 22. Redes sociales más usadas en el mundo**

Tomado de: *Ámbito Financiero*, 2014, la redes sociales más usadas del mundo

Se entiende que en Norte América, *Facebook* es la red social más utilizada, *Ecobotes* realizará una página y permitirá que los clientes tengan acceso a las fotos y que puedan opinar, con esta estrategia se puede analizar qué opina el usuario, y que tanto le gusta el atractivo turístico; con los comentarios positivos se atraerá más gente y si existieran comentarios negativos pues se solucionarán al instante, brindando una respuesta inmediata al usuario.

#### 4.5.1.3. Vallas Publicitarias

Las vallas publicitarias de *Ecobotes* se ubicarán en lugares estratégicos en todo el Distrito Metropolitano de Quito, las mismas que ayudarán a que los usuarios visiten nuestras instalaciones.

#### 4.5.1.4. Trípticos

Los trípticos tendrán la información de cómo llegar fácilmente y en el menor tiempo posible a las instalaciones de *Ecobotes*, serán entregados en las intersecciones de las principales avenidas de la ciudad de Quito, en las entradas de los principales centros comerciales y en las principales entradas del Parque Bicentenario.

#### 4.5.2. Nombre de la empresa

Para elegir el nombre de la empresa, se realizó una encuesta virtual como consta en el Anexo D.2, y el nombre con mayor porcentaje de aceptación ha sido “*ECOBOTES*”,

*Ecobotes* significa botes ecológicos, los mismos que no producen contaminación, son la principal atracción en la empresa de servicios recreativos acuáticos y su funcionamiento no afecta al medio ambiente.

Es responsabilidad de todas las sociedades del mundo, evitar la contaminación ambiental, evitar el deterioro de la capa ozono, impedir el agotamiento de los recursos naturales, racionalizar la utilización de los productos químicos, etc., (Fraj & Matínez, 2002).

Cuidar y conservar el medio ambiente es igual a expresar “Vida sana, al aire libre”

**Tabla 22. Nombre de empresa**

Nombre de Empresa	Porcentaje
Ecobotes	37%
Aquatica	18%
Aquaventura	17%
Nauticus	15%
Bicenautico	4%
Aquabotes	4%
Aquaturismo	3%
Montaña Aqua	1%

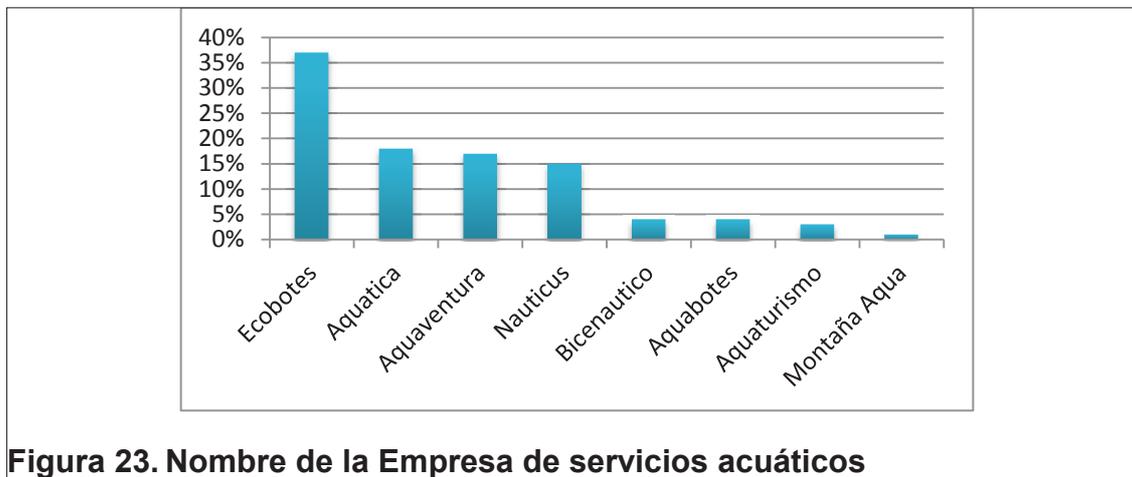


Figura 23. Nombre de la Empresa de servicios acuáticos

#### 4.5.3. Logotipo



Figura 24. Logo de la empresa *Ecobotes*

#### 4.5.4. Uso del Logo



Figura 25. Uso del logo

#### 4.5.5. Descripción del logo

Los colores empleados en el logo de Ecobotes tienen un gran significado emocional y sentimental, son motivos de inspiración y de paz para las personas que visitan las instalaciones de la empresa.

A continuación se describe el significado de los colores utilizados en el logo:

- Color azul-celeste: representa estabilidad, armonía, el cielo y lo más importante al elemento agua, que es el motivo de este proyecto, la laguna.
- Color Verde: representa la esperanza, vida, medio ambiente y renovación, es el entorno de la naturaleza de Ecobotes.
- Color negro: representa la formalidad, elegancia, poder y lo más importante la seriedad de la empresa, por esta razón ha sido empleado en la palabra *Ecobotes*.

#### 4.5.6. Eslogan

Es una frase corta pero de gran significado, identifica a la empresa; expresa la calidad de vida que deben llevar las personas, se ha tomado en cuenta las cinco características para formar un eslogan: brevedad, referencia del producto, acompañamiento, duración y ubicación, por esta razón "**Vida sana, al aire libre**", es el eslogan perfecto para la empresa *Ecobotes* (Curto, Rey, & Sabaté, 2008).

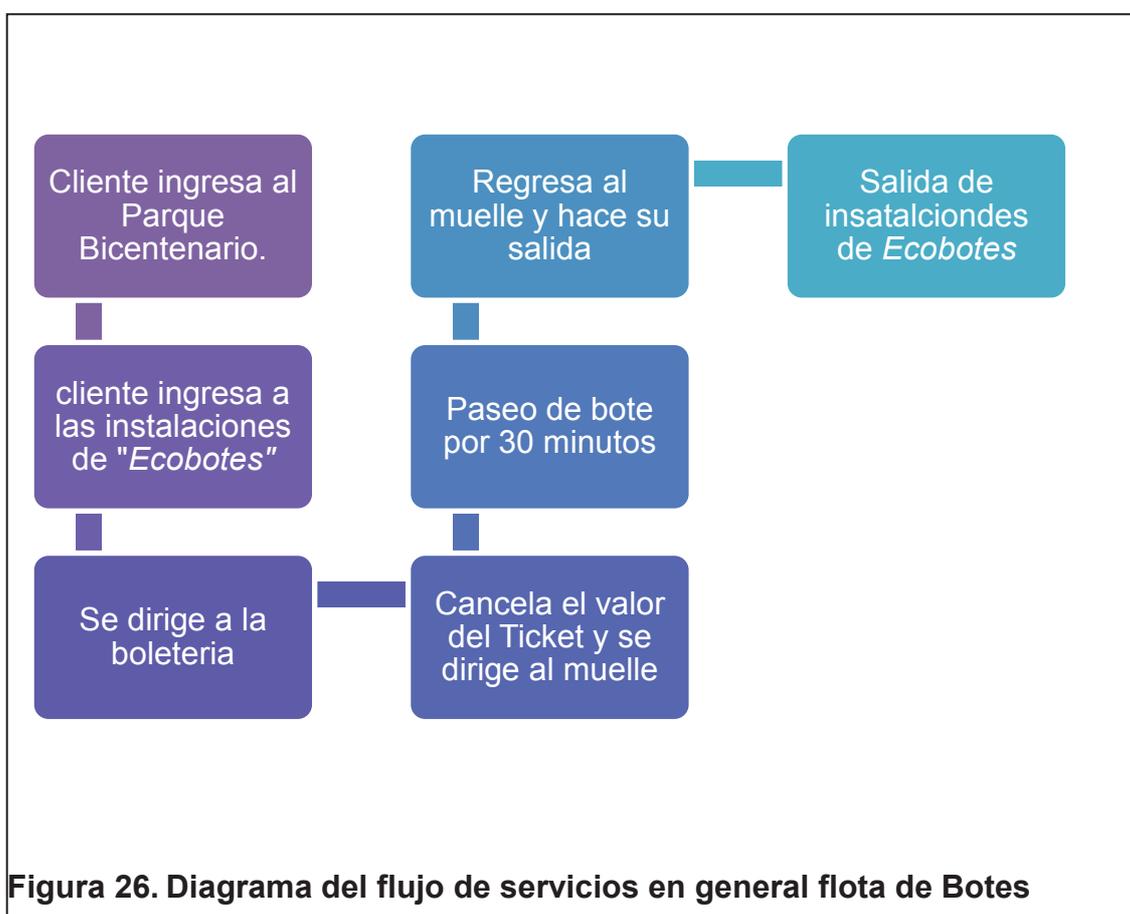
#### 4.6. Proceso

Es importante diseñar y detallar la manera de cómo será el proceso de atención al cliente en las instalaciones de *Ecobotes* (Lovelock & Wirtz, 2009, pp .233-240).

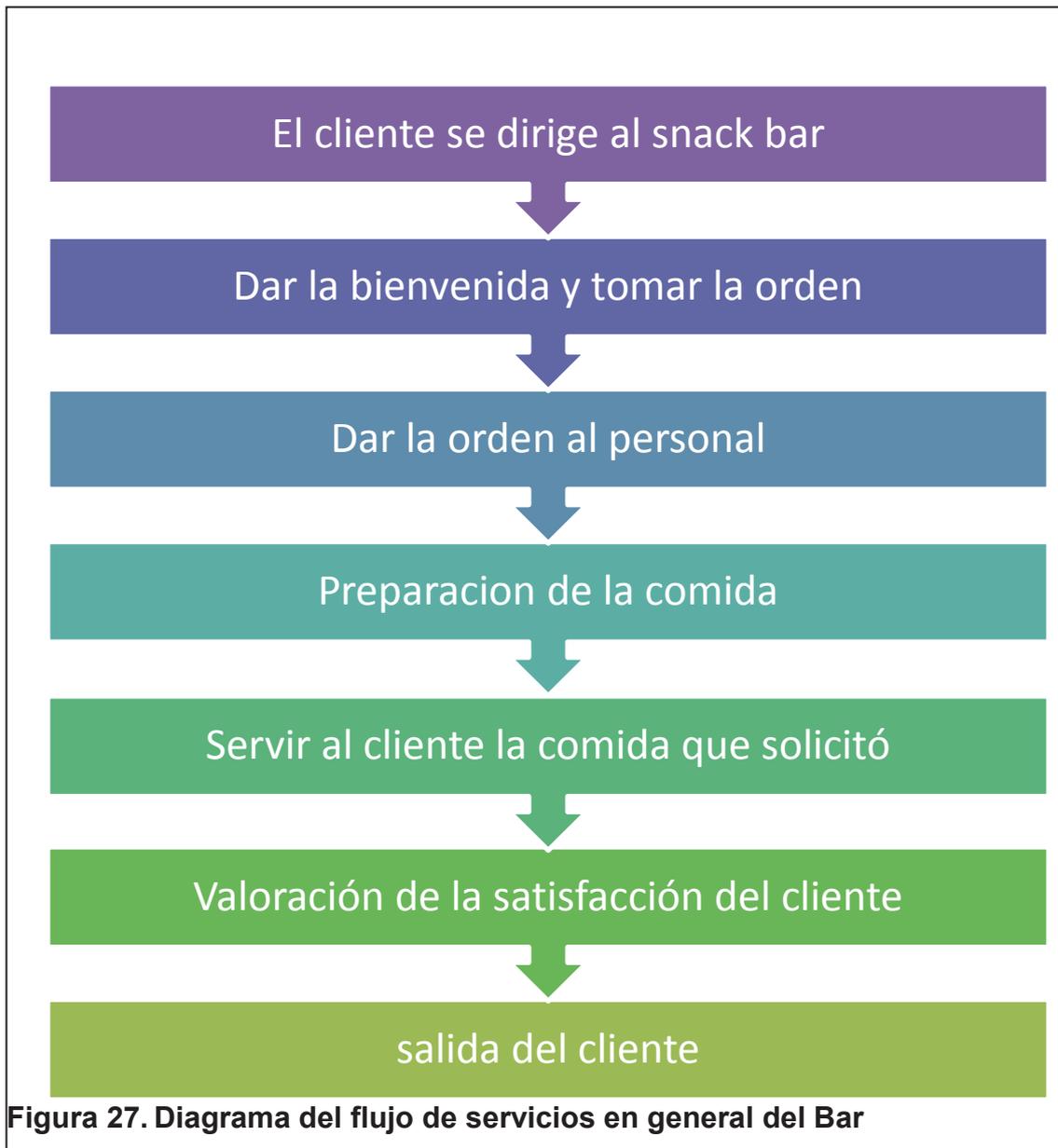
El proceso de prestación de servicios que ofrece *Ecobotes* es sumamente sencillo, el tamaño de las instalaciones no permiten que el usuario se sienta incómodo y desorientado, por lo que será fácil para el consumidor llegar a

cumplir con el objetivo de distraerse y entretenerse en familia, utilizando la flota de botes ecológicos y el *Snack bar*, el servicio inicia desde que el cliente llega a las instalaciones de Ecobotes se dirige a la boletería, cancela el valor del ticket e ingresa al muelle, donde una de las personas operativas, prestará su ayuda para subir al bote, los clientes hacen uso del bote durante 30 minutos, al terminar el tiempo el personal de *Ecobotes* ayudará a los clientes a salir del mismo.

A continuación, el flujo de servicio en general de la empresa.



**Figura 26. Diagrama del flujo de servicios en general flota de Botes**



#### 4.7. Entorno Físico

El elemento principal para obtener una buena imagen, es crear una experiencia inolvidable en el cliente, según Lovelock & Wirtz el entorno, el servicio, la imagen y la apariencia deben crear un ambiente para que el cliente se sienta satisfecho, impresionado y cómodo (2009, pp. 288-291).

Los árboles, jardines y áreas verdes que conforman el entorno de las instalaciones de *Ecobotes*, aprobará que los clientes se encuentren en un

ambiente de paz, armonía y relajación que junto un personal capacitado y correctamente uniformado, con botes ecológicos importados en el área de la laguna y una área de juegos infantiles modernos, permitirá que los clientes se sientan completamente satisfechos.

#### **4.8. Productividad y Calidad**

Es importante para la empresa manejar de forma simultánea la productividad y la calidad, con el único objetivo de mantener al cliente satisfecho, la implementación de procedimientos estandarizados que servirán para evitar, pérdidas de tiempo, pérdidas económicas, clientes insatisfechos, mala imagen de la empresa, entre otros.

Por esta razón, *Ecobotes* establecerá un sistema organizado de funciones en cada una de las áreas, con el fin de lograr la satisfacción del cliente y el bienestar del personal que labora en la empresa.

## CAPÍTULO V

### 5. PLAN DE OPERACIONES

#### 5.1. Estudio Técnico

El Plan General del Parque Bicentenario de Quito, está dividido en varias zonas, donde serán ubicados los diferentes proyectos, además están determinados las áreas blandas, duras, húmedas y los principales accesos, entre otros (2015).

#### 5.2. Localización de la Empresa

La empresa de servicios recreativos acuáticos *Ecobotes* está ubicada en la zona norte del Parque Bicentenario de Quito, sitio estratégico por su ubicación y por la gran cantidad de vías de entrada y salida que dispone.



**Figura 28.** Imagen satelital de ubicación de *Ecobotes*

Tomada de: Google Earth.2015

### 5.2.1. Extensión

El área donde se ubicará la empresa *Ecobotes* es aproximadamente de 10.800 metros cuadrados, que comprende: la laguna, el *snack bar* y el área infantil como se puede apreciar en la figura 30.



**Figura 29. Ubicación de *Ecobotes* en el Parque Bicentenario**

Adaptada por: Arq. Ernesto Bilbao

Tomado de: Administración del Parque Bicentenario



**Figura 30. Foto de la Laguna artificial en el Parque Bicentenario**

**Adaptado por: Arq. Ernesto Bilbao**

Tomado de: Administración del Parque Bicentenario

La laguna es el espacio más grande del proyecto con 9.200 metros cuadrados aproximadamente de superficie, la misma que será aprovisionada con 8.500 metros cúbicos de agua.

### **5.2.2. Accesibilidad**

En la entrevista realizada al Ing. Eduardo Naranjo, Administrador del Parque Bicentenario, manifestó que se incrementarán tres conectores principales en sentido transversal y longitudinal en el parque, que facilitarán la conectividad vehicular y urbana con el resto de la ciudad.

#### Ejes transversales

- Conexión de la av. Isaac Albéniz con la calle Indanza,
- Prolongación de la Av. Florida hasta la calle Ramón Borja.
- Prolongación de la Av. Fernández Salvador hasta la Real Audiencia de Quito.
- Refezar la Av. Luis Tufiño en el tramo de la cabecera norte del parque.

## Ejes longitudinales

- Prolongación de la Av. Amazonas hasta la Av. Luis Tufiño.
- Prolongación de la Av. Real Audicencia hasta la Av. Galo Plaza.

### 5.2.3. Clima

Las condiciones meteorológicas son un factor muy determinante en el desarrollo de las actividades dentro de las instalaciones de Ecobotes, si el clima es lluvioso, el usuario no utilizará nuestro servicios, si el día es soleado, Ecobotes tendrá una aceptable asistencia de usuarios.

### 5.2.4. Flora

Según el Plan General del Parque Bicentenario, existen más de 40 especies de plantas nombradas en honor a Quito, la mitad de las plantas que florecen en Quito son endémicas y son registradas en el Ecuador (2012)

La vegetación en la ciudad de Quito tiene un valor histórico, la mayoría de las plantas fueron recolectadas en los siglos XVIII y XIX por el científico Joseph de Jussieu, Botánico de la misión geodésica francesa y fue el primer científico en estudiar la flora en Quito, Alexander Von Humboldt y Aimé Bonpland en el año 1802, recolectaron las plantas de las montañas y valles aledaños, a partir de ese siglo Quito tiene 140 especies de plantas patrimoniales, el nuevo Proyecto Plan General del Parque Bicentenario\*, dispondrá de un nuevo concepto de paisajismo, será el primer parque en proponer un nuevo patrimonio vegetal dentro de sí mismo (Plan General del Parque de la Ciudad, 2012).

\*El nuevo Proyecto Plan General del Parque Bicentenario es un proyecto presentado por la anterior administración municipal del Alcalde Doctor Augusto Barrera, es un estudio que expresa los aspectos conceptuales, fundamentales y características generales del diseño del parque, del mismo que se ha tomado cierta información necesaria para la elaboración del este trabajo.

### **5.3. Estudio arquitectónico**

#### **5.3.1. Infraestructura de la empresa**

*Ecobotes* operará con tres áreas determinadas:

- Área de la Laguna
- Área del *Snack Bar*
- Área de recreación

##### **5.3.1.1. Snack Bar**

El *snack bar* brindará un servicio de comida rápida para los futuros clientes, tendrá una extensión de 68 metros cuadrados los cuales serán construidos al estilo rústico y campestre, diseño que brindará un mejor ambiente para el contacto con la naturaleza y dará una mejor acogida a los clientes.

Como lo indica el Anexo H.1, H.1.2 y H1.3

##### **5.3.1.2. Área de la Laguna**

La laguna está construida en un área de 10.800 metros cuadrados con un islote en el centro de 800 metros cuadrados, los canales tendrán 1 metro de profundidad y una capacidad de 6.500 metros cúbicos de agua.

Además dispondrá de una boletería para la venta de tickets.

##### **5.3.1.3. Área de Recreación**

El área de recreación será un lugar con diversas y novedosas actividades como, caritas pintadas, *show* de títeres, cuentos históricos, entre otros. Las personas encargadas, serán especializadas en este tipo de eventos.

## **5.4. Equipamiento**

### **5.4.1. Maquinaria y Equipos**

Para obtener un excelente producto se debe elegir al proveedor adecuado, tomando en cuenta el precio, la calidad del producto, facilidades de pago y lo más importante el tiempo de entrega, la relación con el proveedor debe ser constante para obtener del mismo puntualidad en la entrega de productos.

Para la adquisición de la flota de botes a pedal, remo y kayaks, se ha seleccionado a la empresa *KL Industries*, una de las empresas más grandes en la fabricación de este modelo de botes, la misma que exporta a diferentes países de América, Europa y África.

Como lo muestra el Anexo E.1 y Anexo F.1

La compra de equipos y máquinas para el *snack bar*, serán adquiridas en la empresa *Agro Industrias*, compañía ecuatoriana ubicada en la ciudad de Quito y especializada en la importación de máquinas industriales exclusivas para restaurantes, hoteles y *snack bar*, en la siguiente tabla se describe los requerimientos de maquinaria:

**Tabla 23. Cotización de Equipos y Máquinas**

Maquinaria	Cantidad	Características
<b>Canguilera de mesa</b>	1	Capacidad de 16 onz 120v, 60HZ, marca: PARAGON
<b>Horno Pizzero Eléctrico</b>	1	220v- 60HZ, con piedras refractarias, puerta sólida, apertura 90 grados marca: TEDESCO
<b>Hot- Dog</b>	1	A baño maría en acero inoxidable, laterales en vidrio 220V-60HZ, marca: HARDMAN
<b>Juguera pozos</b>	2	20 litros cada pozo, con agitador y grifo en acero, marca: UGOLINI
<b>Máquina de café</b>	1	Semi automática, cuerpo robusto, manómetro para bomba y caldera, grifo de vapor y de agua de acero.

Tomado de: Agro Industrias, 2015

#### 5.4.2. Muebles

Los muebles que utilizará *Ecobotes* se adquirirán en la empresa con la finalidad de brindar comodidad a los clientes, los mismos que se describen a continuación:

**Tabla 24. Muebles de la Empresa *Ecobotes***

Muebles	Cantidad
<b>Mesas</b>	6
<b>Sillas para 6 personas</b>	12
<b>Escritorio ejecutivo</b>	1
<b>Archivador de documentos</b>	4

### 5.4.3. Equipo de Computación y oficina

Los equipos de computación necesarios son los siguientes:

**Tabla 25. Equipos de Computación**

Equipos de Computación	Cantidad
<b>Computadora de escritorio</b>	1
<b>Impresora</b>	1
<b>Caja registradora</b>	2

### 5.4.4. Botes

La empresa distribuidora de botes *Sun Dolphin KL Industries* – Canadá,

**Tabla 26. Cotización de Botes**

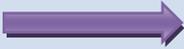
Empresa	Cantidad	Características
<i>Sun Dolphin</i> pedal	35	3 personas
<i>Sun Dolphin</i> pedal	20	5 personas
<i>Sun Dolphin</i> remo	5	4 personas
<i>Sun Dolphin</i> kayak	5	1 personas

Verificar el Anexo E.1, E1.1, E1.2, E1.3

## 5.5. Ciclo de Operaciones

*Ecobotes* operará con el servicio de botes y atención en el bar los 365 días al año con un horario de atención de 10H00 hasta las 18H00, los días sábados y domingo y días feriados el horario será de 9H00 hasta 18H00.

**Tabla 27.** Representación gráfica de los componentes de un diagrama de procesos

SIMBOLOGÍA	CONCEPTO
	Movimientos de salidas entre localizaciones.
	El punto en el que se debe tomar una disposición.
	Se utiliza para mostrar que el flujo del proceso se ha detenido, de que pueda calcularse la calidad de las salidas.
	Indica que las salidas de una actividad incluyen información registrada en papel.
	Se especifica cuando un ítem o una persona debe esperar.
	Muestra la dirección y el orden que corresponde a los pasos del proceso.
	Línea de flujo que une a los procesos
	Indica el inicio y fin del proceso.
	Información disponible de apoyo.
	Descripción de la actividad a realizarse

Tomado de: Normas ISO 9001, 2008



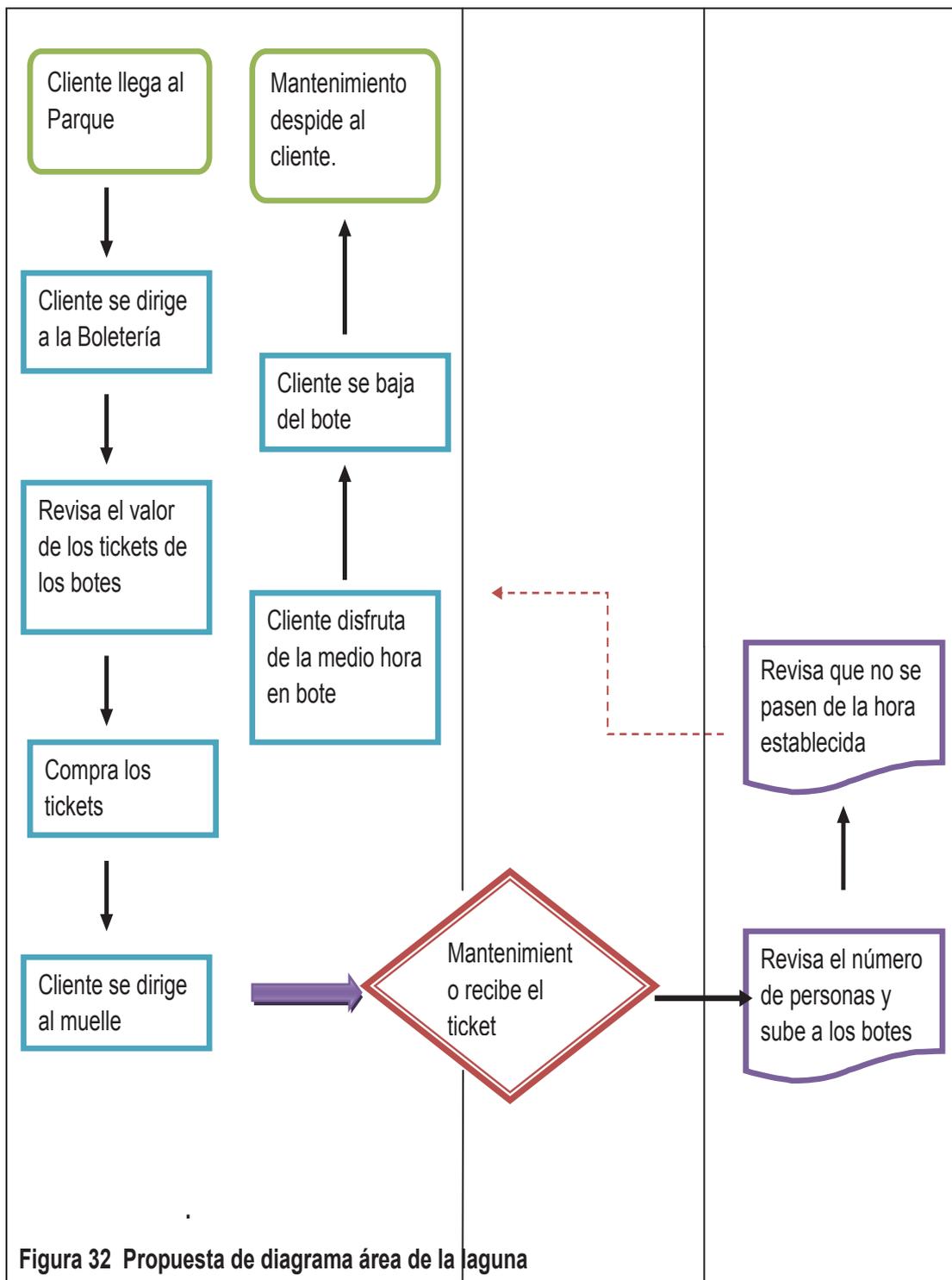


Figura 32 Propuesta de diagrama área de la laguna

### **Descripción del ciclo de operaciones**

El proceso de prestación de servicios que ofrece *Ecobotes* es sumamente sencillo, el tamaño de las instalaciones no permiten que el usuario se sienta incómodo y desorientado, por lo que será fácil para el consumidor llegar a cumplir con el objetivo de distraerse y entretenerse en familia, utilizando la flota de botes ecológicos y el *Snack bar*, el servicio inicia desde que el cliente llega a las instalaciones de *Ecobotes* se dirige a la boletería, cancela el valor del ticket y se ingresa al muelle, donde una de las personas operativas, prestará su ayuda para subir al bote, los clientes hacen uso del bote durante 30 minutos, al terminar el tiempo, el personal de *Ecobotes* ayudará a los clientes a salir del mismo. A continuación el flujo de servicio en general de la empresa.

Para el servicio del bar, el cliente ingresa al snack bar, se dirige a la caja registradora donde es recibido cordialmente por el cajero / cajera, hace su pedido, producción prepara la orden y el ayudante hace la entrega en la mesa correspondiente al terminar el cliente se levanta y el mesero despide al cliente.

## CAPÍTULO VI

### 6. PLAN FINANCIERO

El plan financiero tiene cuatro aspectos fundamentales que son: información, decisión, acción y control, para gestionar y tomar las decisiones correctas es necesario medir los resultados, con esto se busca aumentar el valor de todos los recursos disponibles de la empresa (Ruiz Palomo, 2013).

Es necesario establecer un plan de inversión, para gestionar un adecuado plan de negocios.

#### 6.1. Inversión y financiamiento

##### 6.1.1. Presupuesto de Inversión

La inversión inicial del proyecto consta de: los activos fijos, gastos de constitución, inversión publicitaria, servicios básicos, nómina salarial, entre otros a continuación se detallan los valores de inversión:

**Tabla 28. Inversión Inicial del proyecto**

<b>INVERSION INICIAL</b>	<b>\$ 196.902,79</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 62.618,42</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 259.521,21</b>

En la siguiente tabla se demuestra la inversión de activos fijos para el presente proyecto.

Tabla 29. Tabla inversión Inicial

Inversión	
Activos Fijos	
Edificación de Boletería y <i>snack bar</i>	65.076,29
Maquinaria y Equipo	15.681,44
Botes	109.160,06
Constitución	6.985,00
<b>Total de la Inversión</b>	<b>196.902,79</b>

### 6.1.2 Capital de trabajo

Capital de trabajo son aquellos activos de la empresa que se convierten en efectivo a corto plazo, en la empresa *Ecobotes* representa los gastos y los pagos previstos.

Tabla 30. Capital de trabajo

Capital de trabajo	
Compras <i>snack bar</i>	\$ 6.481,00
Arriendo	\$ 1.500,00
Salarios-Décimo tercero/cuarto/fondos de reserva	\$ 7.493,00
Servicios Básicos	\$ 220,00
Mantenimiento botes	\$ 325,00
Mantenimiento laguna	\$ 850,00
Contabilidad	\$ 250,00
Suministros de oficina	\$ 150,00
Servicio seguridad	\$ 2.500,00
Varios	\$ 230,00
Interés bancario	\$ 874,00
<b>Total de Capital de trabajo</b>	<b>\$ 62.619,00</b>

## 6.2. Presupuesto financiero

**Tabla 31. Financiamiento**

FUENTE	VALOR	%
<b>CAPITAL PROPIO</b>	\$ 164.130,21	63%
<b>CREDITO</b>	\$ 95.391,00	37%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 259.521,21</b>	<b>100%</b>

El presupuesto de financiamiento será en dos partes, capital propio de los inversionistas por un 63% de la inversión de la empresa y, un crédito bancario por el 37% restante.

La amortización es un proceso para la cancelación de una deuda y sus intereses por medio de pagos anuales (Mora,A, 2009, pp.220), de acuerdo al monto solicitado para el proyecto, la tasa de interés será del 11%

**Tabla 32. Amortización del préstamo**

DIAS	PERIODO	CAPITAL	INTERES	CUOTA	SALDO
	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 95.391,06
30	1	\$ 1.199,61	\$ 874,42	\$ 2.074,03	\$ 94.191,45
30	2	\$ 1.210,61	\$ 863,42	\$ 2.074,03	\$ 92.980,84
30	3	\$ 1.221,71	\$ 852,32	\$ 2.074,03	\$ 91.759,13
30	4	\$ 1.232,91	\$ 841,13	\$ 2.074,03	\$ 90.526,22
30	5	\$ 1.244,21	\$ 829,82	\$ 2.074,03	\$ 89.282,01
30	6	\$ 1.255,61	\$ 818,42	\$ 2.074,03	\$ 88.026,40
30	7	\$ 1.267,12	\$ 806,91	\$ 2.074,03	\$ 86.759,27
30	8	\$ 1.278,74	\$ 795,29	\$ 2.074,03	\$ 85.480,53
30	9	\$ 1.290,46	\$ 783,57	\$ 2.074,03	\$ 84.190,07
30	10	\$ 1.302,29	\$ 771,74	\$ 2.074,03	\$ 82.887,78
30	11	\$ 1.314,23	\$ 759,80	\$ 2.074,03	\$ 81.573,55
30	12	\$ 1.326,28	\$ 747,76	\$ 2.074,03	\$ 80.247,28
30	13	\$ 1.338,43	\$ 735,60	\$ 2.074,03	\$ 78.908,85
30	14	\$ 1.350,70	\$ 723,33	\$ 2.074,03	\$ 77.558,14
30	15	\$ 1.363,08	\$ 710,95	\$ 2.074,03	\$ 76.195,06
30	16	\$ 1.375,58	\$ 698,45	\$ 2.074,03	\$ 74.819,48
30	17	\$ 1.388,19	\$ 685,85	\$ 2.074,03	\$ 73.431,29
30	18	\$ 1.400,91	\$ 673,12	\$ 2.074,03	\$ 72.030,38
30	19	\$ 1.413,75	\$ 660,28	\$ 2.074,03	\$ 70.616,63
30	20	\$ 1.426,71	\$ 647,32	\$ 2.074,03	\$ 69.189,91

30	21	\$ 1.439,79	\$ 634,24	\$ 2.074,03	\$ 67.750,12
30	22	\$ 1.452,99	\$ 621,04	\$ 2.074,03	\$ 66.297,13
30	23	\$ 1.466,31	\$ 607,72	\$ 2.074,03	\$ 64.830,82
30	24	\$ 1.479,75	\$ 594,28	\$ 2.074,03	\$ 63.351,07
30	25	\$ 1.493,31	\$ 580,72	\$ 2.074,03	\$ 61.857,76
30	26	\$ 1.507,00	\$ 567,03	\$ 2.074,03	\$ 60.350,75
30	27	\$ 1.520,82	\$ 553,22	\$ 2.074,03	\$ 58.829,94
30	28	\$ 1.534,76	\$ 539,27	\$ 2.074,03	\$ 57.295,18
30	29	\$ 1.548,83	\$ 525,21	\$ 2.074,03	\$ 55.746,35
30	30	\$ 1.563,02	\$ 511,01	\$ 2.074,03	\$ 54.183,33
30	31	\$ 1.577,35	\$ 496,68	\$ 2.074,03	\$ 52.605,97
30	32	\$ 1.591,81	\$ 482,22	\$ 2.074,03	\$ 51.014,16
30	33	\$ 1.606,40	\$ 467,63	\$ 2.074,03	\$ 49.407,76
30	34	\$ 1.621,13	\$ 452,90	\$ 2.074,03	\$ 47.786,63
30	35	\$ 1.635,99	\$ 438,04	\$ 2.074,03	\$ 46.150,64
30	36	\$ 1.650,99	\$ 423,05	\$ 2.074,03	\$ 44.499,66
30	37	\$ 1.666,12	\$ 407,91	\$ 2.074,03	\$ 42.833,54
30	38	\$ 1.681,39	\$ 392,64	\$ 2.074,03	\$ 41.152,15
30	39	\$ 1.696,80	\$ 377,23	\$ 2.074,03	\$ 39.455,34
30	40	\$ 1.712,36	\$ 361,67	\$ 2.074,03	\$ 37.742,98
30	41	\$ 1.728,06	\$ 345,98	\$ 2.074,03	\$ 36.014,93
30	42	\$ 1.743,90	\$ 330,14	\$ 2.074,03	\$ 34.271,03
30	43	\$ 1.759,88	\$ 314,15	\$ 2.074,03	\$ 32.511,15
30	44	\$ 1.776,01	\$ 298,02	\$ 2.074,03	\$ 30.735,14
30	45	\$ 1.792,29	\$ 281,74	\$ 2.074,03	\$ 28.942,84
30	46	\$ 1.808,72	\$ 265,31	\$ 2.074,03	\$ 27.134,12
30	47	\$ 1.825,30	\$ 248,73	\$ 2.074,03	\$ 25.308,81
30	48	\$ 1.842,04	\$ 232,00	\$ 2.074,03	\$ 23.466,78
30	49	\$ 1.858,92	\$ 215,11	\$ 2.074,03	\$ 21.607,86
30	50	\$ 1.875,96	\$ 198,07	\$ 2.074,03	\$ 19.731,90
30	51	\$ 1.893,16	\$ 180,88	\$ 2.074,03	\$ 17.838,74
30	52	\$ 1.910,51	\$ 163,52	\$ 2.074,03	\$ 15.928,23
30	53	\$ 1.928,02	\$ 146,01	\$ 2.074,03	\$ 14.000,21
30	54	\$ 1.945,70	\$ 128,34	\$ 2.074,03	\$ 12.054,51
30	55	\$ 1.963,53	\$ 110,50	\$ 2.074,03	\$ 10.090,97
30	56	\$ 1.981,53	\$ 92,50	\$ 2.074,03	\$ 8.109,44
30	57	\$ 1.999,70	\$ 74,34	\$ 2.074,03	\$ 6.109,75
30	58	\$ 2.018,03	\$ 56,01	\$ 2.074,03	\$ 4.091,72
30	59	\$ 2.036,53	\$ 37,51	\$ 2.074,03	\$ 2.055,19
30	60	\$ 2.055,19	\$ 18,84	\$ 2.074,03	\$ 0,00

### 6.3. Estado de Situación inicial

En el estado de situación inicial se toma en cuenta los activos, pasivos y patrimonio de la empresa.

Tabla 33. Estado de situación inicial

<b>ESTADO DE SITUACION INICIAL</b>		
<b>ACTIVOS</b>		
<b>DISPONIBLE</b>		<b>62.618,42</b>
Caja Bancos	62.618,42	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>189.917,79</b>
Edificio	65.076,29	
Botes	109.160,06	
Mobiliario y Equipos	15.681,44	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>6.985,00</b>
Gastos de constitución	6.985,00	
<b>TOTAL DEL ACTIVO</b>		<b>259.521,21</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>		<b>95.391,00</b>
DEUDA LARGO PLAZO	95.391,00	
<b>TOTAL DEL PASIVO</b>		<b>95.391,00</b>
CAPITAL	164.130,21	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>164.130,21</b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>259.521,21</b>

## 6.4. Proyección de ventas y flujo de efectivo

### 6.4.1. Proyección de ventas

Para la elaboración de un flujo de efectivo, se debe enumerar las actividades de entrada de caja, quiere decir que se incrementa el efectivo y, se disminuye la salida de caja, para esto se debe colocar cada entrada y salida en una de las tres categorías: operativa, actividades de inversión y actividades de financiamiento (Horngren Sudem, 2000)

#### 6.4.1.1. Actividades operativas

Es la producción, compra y venta de bienes y servicios, como también los impuestos, los intereses, los proveedores entre otros.

#### 6.4.1.2. Actividades de inversión

Son los activos fijos y valores que tiene la inversión a largo plazo.

#### 6.4.1.3. Actividades de financiamiento

Liquidar los préstamos obtenidos por los recursos de propietarios y acreedores

**Tabla 34. Proyección de ventas**

Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Valor unitario	Total
Pizza	600.00	\$ 1.75	\$ 2.50	\$1500.00
<i>Hot- dog</i>	323.00	\$ 1.25	\$ 2.00	\$ 646.00
Canguil	278.00	\$ 0.30	\$ 1.00	\$ 278.00
Gaseosas	50.00	\$ 0.50	\$ 0.80	\$ 40.00
Aguas	80.00	\$ 0.35	\$ 0.75	\$ 60.00
Jugos naturales	40.00	\$ 0.75	\$ 1.25	\$ 50.00
				\$ 6480,6

**Tabla 35. Total de ventas**

Total compras semanal	1620,15
Total compras mensual	6480,6
Total ventas semanal	2574
Total ventas mensual	10296

**6.4.2. Flujo de efectivo**

El estado financiero de la empresa, evalúa cuanto genera en efectivo la empresa y el equivalente al efectivo.

### 6.4.3 Flujo de efectivo y proyección de ventas

Tabla 36. Proyección de ventas y Flujo de efectivo

#### FLUJO DE EFECTIVO ANUAL

Utilidad Neta		\$ 81.648,73	\$ 94.805,86	\$ 107.044,30	\$ 120.526,96	\$ 135.380,62
Depreciación		\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29
Amortización		\$ 1.397,00	\$ 1.397,00	\$ 1.397,00	\$ 1.397,00	\$ 1.397,00
<b>Flujo de Caja Operativo</b>		\$ 94.304,03	\$ 107.461,15	\$ 119.699,59	\$ 133.182,25	\$ 148.035,91
Abono de capital		\$ 15.143,78	\$ 16.896,21	\$ 18.851,41	\$ 21.032,88	\$ 23.466,78
<b>Flujo de Deuda</b>		\$ (15.143,78)	\$ (16.896,21)	\$ (18.851,41)	\$ (21.032,88)	\$ (23.466,78)
Inversión Inicial	- 196.903					
Capital de trabajo	-62.618					62.618
<b>Flujo de Caja Neto</b>	- 259.521	\$ 79.160,24	\$ 90.564,95	\$ 100.848,18	\$ 112.149,37	\$ 249.805,97

Flujo Normal

Tabla 37. Estado de resultado

ESTADO DE RESULTADOS ANUAL						
<b>VUELTAS CADA BOTE DIARIO</b>	2	2	2	3	3	3
<b>VUELTAS CADA BOTE AL MES</b>	60	60	60	90	90	90
<b>VUELTAS BOTES MES</b>	3.900	3.900	3.900	5.850	5.850	5.850
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		\$ 388.872,18	\$ 435.541,20	\$ 484.158,99	\$ 538.423,42	\$ 599.020,82
Ventas laguna		\$ 182.520,00	\$ 200.772,00	\$ 220.849,20	\$ 242.934,12	\$ 267.227,53
Ventas <i>snack bar</i>		\$ 126.640,80	\$ 142.702,56	\$ 156.972,82	\$ 172.670,10	\$ 189.937,11
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		\$ 79.711,38	\$ 92.066,64	\$ 106.336,97	\$ 122.819,20	\$ 141.856,18
Compras <i>snack bar</i>		\$ 79.711,38	\$ 92.066,64	\$ 106.336,97	\$ 122.819,20	\$ 141.856,18
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 309.160,80	\$ 343.474,56	\$ 377.822,02	\$ 415.604,22	\$ 457.164,64
Depreciación		\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29
Arriendo		\$ 18.000,00	\$ 19.800,00	\$ 21.780,00	\$ 23.958,00	\$ 26.353,80
Salarios-Décimo tercero/cuarto/fondos de reserva		\$ 89.913,47	\$ 98.904,81	\$ 108.795,30	\$ 119.674,83	\$ 131.642,31

Servicios Básicos		\$ 2.640,00	\$ 2.904,00	\$ 3.194,40	\$ 3.513,84	\$ 3.865,22	
Mantenimiento botes		\$ 3.900,00	\$ 4.290,00	\$ 4.719,00	\$ 5.190,90	\$ 5.709,99	
Mantenimiento laguna		\$ 10.200,00	\$ 11.220,00	\$ 12.342,00	\$ 13.576,20	\$ 14.933,82	
Contabilidad		\$ 3.000,00	\$ 3.300,00	\$ 3.630,00	\$ 3.993,00	\$ 4.392,30	
Suministros de oficina		\$ 1.800,00	\$ 1.980,00	\$ 2.178,00	\$ 2.395,80	\$ 2.635,38	
Servicio seguridad		\$ 30.000,00	\$ 33.000,00	\$ 36.300,00	\$ 39.930,00	\$ 43.923,00	
Varios		\$ 2.760,00	\$ 3.036,00	\$ 3.339,60	\$ 3.673,56	\$ 4.040,92	
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		\$ 132.895,04	\$ 150.987,45	\$ 167.491,43	\$ 185.645,80	\$ 205.615,61	
Interés bancario		\$ 9.744,61	\$ 7.992,19	\$ 6.036,98	\$ 3.855,52	\$ 1.421,62	
<b>UTILIDAD ANTES TRABAJDORES Y RENTA</b>		\$ 123.150,43	\$ 142.995,26	\$ 161.454,45	\$ 181.790,28	\$ 204.193,99	
Participación trabajadores (15%)		\$ 18.472,56	\$ 21.449,29	\$ 24.218,17	\$ 27.268,54	\$ 30.629,10	
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTO RENTA</b>		\$ 104.677,86	\$ 121.545,97	\$ 137.236,28	\$ 154.521,74	\$ 173.564,89	
Impuesto renta (22%)		\$ 23.029,13	\$ 26.740,11	\$ 30.191,98	\$ 33.994,78	\$ 38.184,28	
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 81.648,73	\$ 94.805,86	\$ 107.044,30	\$ 120.526,96	\$ 135.380,62	
		<b>FLUJO DE CAJA ANUAL</b>					

Utilidad Neta		\$ 81.648,73	\$ 94.805,86	\$ 107.044,30	\$ 120.526,96	\$ 135.380,62
Depreciación		\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29
Amortización		\$ 1.397,00	\$ 1.397,00	\$ 1.397,00	\$ 1.397,00	\$ 1.397,00
<b>Flujo de Caja Operativo</b>		\$ 94.304,03	\$ 107.461,15	\$ 119.699,59	\$ 133.182,25	\$ 148.035,91
Abono de capital		\$ 15.143,78	\$ 16.896,21	\$ 18.851,41	\$ 21.032,88	\$ 23.466,78
<b>Flujo de Deuda</b>		\$ (15.143,78)	\$ (16.896,21)	\$ (18.851,41)	\$ (21.032,88)	\$ (23.466,78)
Inversión Inicial	-196.903					
Capital de trabajo	-62.618					62.618
<b>Flujo de Caja Neto</b>	<b>-259.521</b>	\$ 79.160,24	\$ 90.564,95	\$ 100.848,18	\$ 112.149,37	\$ 249.805,97
COSTO CAPITAL	10%					
COSTO DEUDA	11%					
PONDERACION CAPITAL	63%					
PONDERACION DEUDA	37%					
TASA IMPOSITIVA	22%					
TASA DE DESCUENTO (WACC)	9,47%					
<b>VPN</b>	<b>\$184.671,69</b>					
<b>TIR</b>	<b>31,2%</b>					

Tabla 38. Estado de resultado con escenario optimista

ESTADO DE RESULTADOS ANUAL OPTIMISTA						
<b>VUELTAS CADA BOTE DIARIO</b>	3	3	3	4	4	4
<b>VUELTAS CADA BOTE AL MES</b>	90	90	90	120	120	120
<b>VUELTAS BOTES MES</b>	5.850	5.850	5.850	7.800	7.800	7.800
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		\$ 480.132,18	\$ 535.927,20	\$ 594.583,59	\$ 659.890,48	\$ 732.634,59
Ventas laguna		\$ 273.780,00	\$ 301.158,00	\$ 331.273,80	\$ 364.401,18	\$ 400.841,30
Ventas <i>snack bar</i>		\$ 126.640,80	\$ 142.702,56	\$ 156.972,82	\$ 172.670,10	\$ 189.937,11
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		\$ 79.711,38	\$ 92.066,64	\$ 106.336,97	\$ 122.819,20	\$ 141.856,18
Compras <i>snack bar</i>		\$ 79.711,38	\$ 92.066,64	\$ 106.336,97	\$ 122.819,20	\$ 141.856,18
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 400.420,80	\$ 443.860,56	\$ 488.246,62	\$ 537.071,28	\$ 590.778,41
Depreciación		\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29
Arriendo		\$ 18.000,00	\$ 19.800,00	\$ 21.780,00	\$ 23.958,00	\$ 26.353,80

Salarios		\$ 89.913,47	\$ 98.904,81	\$ 108.795,30	\$ 119.674,83	\$ 131.642,31
Servicios Básicos		\$ 2.640,00	\$ 2.904,00	\$ 3.194,40	\$ 3.513,84	\$ 3.865,22
Mantenimiento botes		\$ 3.900,00	\$ 4.290,00	\$ 4.719,00	\$ 5.190,90	\$ 5.709,99
Mantenimiento laguna		\$ 10.200,00	\$ 11.220,00	\$ 12.342,00	\$ 13.576,20	\$ 14.933,82
Contabilidad		\$ 3.000,00	\$ 3.300,00	\$ 3.630,00	\$ 3.993,00	\$ 4.392,30
Suministros de oficina		\$ 1.800,00	\$ 1.980,00	\$ 2.178,00	\$ 2.395,80	\$ 2.635,38
Servicio seguridad		\$ 30.000,00	\$ 33.000,00	\$ 36.300,00	\$ 39.930,00	\$ 43.923,00
Varios		\$ 2.760,00	\$ 3.036,00	\$ 3.339,60	\$ 3.673,56	\$ 4.040,92
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		\$ 224.155,04	\$ 251.373,45	\$ 277.916,03	\$ 307.112,86	\$ 339.229,37
Interés bancario		\$ 9.744,61	\$ 7.992,19	\$ 6.036,98	\$ 3.855,52	\$ 1.421,62
<b>UTILIDAD ANTES TRABAJDORES Y RENTA</b>		\$ 214.410,43	\$ 243.381,26	\$ 271.879,05	\$ 303.257,34	\$ 337.807,76
Participación trabajadores (15%)		\$ 32.161,56	\$ 36.507,19	\$ 40.781,86	\$ 45.488,60	\$ 50.671,16
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTO RENTA</b>		\$ 182.248,86	\$ 206.874,07	\$ 231.097,19	\$ 257.768,74	\$ 287.136,59

Impuesto renta (22%)		\$ 40.094,75	\$ 45.512,30	\$ 50.841,38	\$ 56.709,12	\$ 63.170,05
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 142.154,11	\$ 161.361,78	\$ 180.255,81	\$ 201.059,62	\$ 223.966,54
		<b>FLUJO DE CAJA ANUAL</b>				
Utilidad Neta		\$ 142.154,11	\$ 161.361,78	\$ 180.255,81	\$ 201.059,62	\$ 223.966,54
Depreciación		\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29
Amortización		\$ 1.397,00	\$ 1.397,00	\$ 1.397,00	\$ 1.397,00	\$ 1.397,00
<b>Flujo de Caja Operativo</b>		\$ 154.809,41	\$ 174.017,07	\$ 192.911,10	\$ 213.714,91	\$ 236.621,84
Abono de capital		\$ 15.143,78	\$ 16.896,21	\$ 18.851,41	\$ 21.032,88	\$ 23.466,78
<b>Flujo de Deuda</b>		\$ (15.143,78)	\$ (16.896,21)	\$ (18.851,41)	\$ (21.032,88)	\$ (23.466,78)
Inversión Inicial	-196.903					
Capital de trabajo	-62.618					62.618
<b>Flujo de Caja Neto</b>	<b>-259.521</b>	\$ 139.665,62	\$ 157.120,87	\$ 174.059,69	\$ 192.682,03	\$ 338.391,90

COSTO CAPITAL	10%					
COSTO DEUDA	11%					
PONDERACION CAPITAL	63%					
PONDERACION DEUDA	37%					
TASA IMPOSITIVA	22%					
TASA DE DESCUENTO (WACC)	9,47%					
<b>VPN</b>	<b>\$ 439.534,14</b>					
<b>TIR</b>	<b>58,3%</b>					

Flujo PESIMISTA

Tabla 39. Estado de resulta pesimista

**ESTADO DE RESULTADOS ANUAL  
PESIMISTA**

	1	1	1	2	2	2
VUELTAS CADA BOTE DIARIO	30	30	30	90	90	90
VUELTAS CADA BOTE AL MES	1.950	1.950	1.950	5.850	5.850	5.850
VUELTAS BOTES MES						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		\$ 297.612,18	\$ 335.155,20	\$ 373.734,39	\$ 416.956,36	\$ 465.407,05
Ventas laguna		\$ 91.260,00	\$ 100.386,00	\$ 110.424,60	\$ 121.467,06	\$ 133.613,77
Ventas <i>snack bar</i>		\$ 126.640,80	\$ 142.702,56	\$ 156.972,82	\$ 172.670,10	\$ 189.937,11
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		\$ 79.711,38	\$ 92.066,64	\$ 106.336,97	\$ 122.819,20	\$ 141.856,18
Compras <i>snack bar</i>		\$ 79.711,38	\$ 92.066,64	\$ 106.336,97	\$ 122.819,20	\$ 141.856,18
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 217.900,80	\$ 243.088,56	\$ 267.397,42	\$ 294.137,16	\$ 323.550,87
Depreciación		\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29
Arriendo		\$ 18.000,00	\$ 19.800,00	\$ 21.780,00	\$ 23.958,00	\$26.353,80

Salarios		\$ 89.913,47	\$ 98.904,81	\$ 108.795,30	\$ 119.674,83	\$ 131.642,31
Servicios Básicos		\$ 2.640,00	\$ 2.904,00	\$ 3.194,40	\$ 3.513,84	\$ 3.865,22
Mantenimiento botes		\$ 3.900,00	\$ 4.290,00	\$ 4.719,00	\$ 5.190,90	\$ 5.709,99
Mantenimiento laguna		\$ 10.200,00	\$ 11.220,00	\$ 12.342,00	\$ 13.576,20	\$ 14.933,82
Contabilidad		\$ 3.000,00	\$ 3.300,00	\$ 3.630,00	\$ 3.993,00	\$ 4.392,30
Suministros de oficina		\$ 1.800,00	\$ 1.980,00	\$ 2.178,00	\$ 2.395,80	\$ 2.635,38
Servicio seguridad		\$ 30.000,00	\$ 33.000,00	\$ 36.300,00	\$ 39.930,00	\$ 43.923,00
Varios		\$ 2.760,00	\$ 3.036,00	\$ 3.339,60	\$ 3.673,56	\$ 4.040,92
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		\$ 41.635,04	\$ 50.601,45	\$ 57.066,83	\$ 64.178,74	\$ 72.001,84
Interés bancario		\$ 9.744,61	\$ 7.992,19	\$ 6.036,98	\$ 3.855,52	\$ 1.421,62
<b>UTILIDAD ANTES TRABAJDORES Y RENTA</b>		\$ 31.890,43	\$ 42.609,26	\$ 51.029,85	\$ 60.323,22	\$ 70.580,23
Participación trabajadores (15%)		\$ 4.783,56	\$ 6.391,39	\$ 7.654,48	\$ 9.048,48	\$ 10.587,03
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTO RENTA</b>		\$ 27.106,86	\$ 36.217,87	\$ 43.375,37	\$ 51.274,74	\$ 59.993,19

Impuesto renta (22%)		\$ 5.963,51	\$ 7.967,93	\$ 9.542,58	\$ 11.280,44	\$ 13.198,50
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 21.143,35	\$ 28.249,94	\$ 33.832,79	\$ 39.994,30	\$ 46.794,69
<b>FLUJO DE CAJA ANUAL</b>						
Utilidad Neta		\$ 21.143,35	\$ 28.249,94	\$ 33.832,79	\$ 39.994,30	\$ 46.794,69
Depreciación		\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29
Amortización		\$ 1.397,00	\$ 1.397,00	\$ 1.397,00	\$ 1.397,00	\$ 1.397,00
<b>Flujo de Caja Operativo</b>		\$ 33.798,65	\$ 40.905,24	\$ 46.488,08	\$ 52.649,59	\$ 59.449,98
Abono de capital		\$ 15.143,78	\$ 16.896,21	\$ 18.851,41	\$ 21.032,88	\$ 23.466,78
<b>Flujo de Deuda</b>		\$ (15.143,78)	\$ (16.896,21)	\$ (18.851,41)	\$ (21.032,88)	\$ (23.466,78)
Inversión Inicial	-196.903					
Capital de trabajo	-62.618					62.618
<b>Flujo de Caja Neto</b>	<b>-259.521</b>	\$ 18.654,86	\$ 24.009,03	\$ 27.636,67	\$ 31.616,71	\$ 161.220,05

COSTO CAPITAL	10%					
COSTO DEUDA	11%					
PONDERACION CAPITAL	63%					
PONDERACION DEUDA	37%					
TASA IMPOSITIVA	22%					
TASA DE DESCUENTO (WACC)	9,47%					
<b>VPN</b>	<b>\$ (70.190,76)</b>					
<b>TIR</b>	<b>0,3%</b>					

## 6.5 Nómina Salarial

La nómina salarial se especifica en la tabla 32, se ha tomado en cuenta los sueldos Mínimos Sectoriales vigentes del año 2015, publicados en el Ministerio de Relaciones Laborables, se tomara en cuenta de los beneficios de la ley que son las vacaciones, fondos de reserva, décimo tercero y décimo cuarto, aporte personal entre otros.

**Tabla 40** Calculo estimado de nómina

NOMINA	CARGO	SUELD O	13ER O	14TO	VACAC	AP.PATR	FDS.RES
<b>EMPLEADO 1</b>	GERENTE	550,00	45,83	29,50	22,92	66,83	45,83
<b>EMPLEADO 2</b>	ADMINISTRADOR	440,00	36,67	29,50	18,33	53,46	36,67
<b>EMPLEADO 3</b>	CAJERA	396,00	33,00	29,50	16,50	48,11	33,00
<b>EMPLEADO 4</b>	PRODUCCION	396,00	33,00	29,50	16,50	48,11	33,00
<b>EMPLEADO 5</b>	POLIFUNCIONAL	396,00	33,00	29,50	16,50	48,11	33,00
<b>EMPLEADO 6</b>	POLIFUNCIONAL	396,00	33,00	29,50	16,50	48,11	33,00
<b>EMPLEADO 7</b>	BOLETERA	396,00	33,00	29,50	16,50	48,11	33,00
<b>EMPLEADO 8</b>	OPERARIOS MANT.	396,00	33,00	29,50	16,50	48,11	33,00
<b>EMPLEADO 9</b>	OPERARIOS MANT.	396,00	33,00	29,50	16,50	48,11	33,00
<b>EMPLEADO 10</b>	OPERARIOS MANT.	396,00	33,00	29,50	16,50	48,11	33,00
<b>EMPLEADO 11</b>	OPERARIOS MANT.	396,00	33,00	29,50	16,50	48,11	33,00
<b>EMPLEADO 12</b>	OPERARIOS MANT.	396,00	33,00	29,50	16,50	48,11	33,00
<b>EMPLEADO 13</b>	ANIMADOR	396,00	33,00	29,50	16,50	48,11	33,00
<b>TOTAL</b>		<b>5.346,00</b>	<b>445,50</b>	<b>383,50</b>	<b>222,75</b>	<b>649,54</b>	<b>445,50</b>

## 6.6 Presupuesto del Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias se detalla la utilidad neta de la empresa (Horngren Sudem, 2000)

Por esta razón en *Ecobotes* el estado de pérdida y ganancia esta reflejado en el flujo de caja.

**Tabla 41. Presupuesto de Pérdidas y Ganancias**

	<b>ESTADO DE RESULTADOS ANUAL</b>					
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		\$ 388.872,18	\$ 435.541,20	\$ 484.158,99	\$ 538.423,42	\$ 599.020,82
Ventas laguna		\$ 182.520,00	\$ 200.772,00	\$ 220.849,20	\$ 242.934,12	\$ 267.227,53
Ventas <i>snack bar</i>		\$ 126.640,80	\$ 142.702,56	\$ 156.972,82	\$ 172.670,10	\$ 189.937,11
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		\$ 79.711,38	\$ 92.066,64	\$ 106.336,97	\$ 122.819,20	\$ 141.856,18
Compras Snack bar		\$ 79.711,38	\$ 92.066,64	\$ 106.336,97	\$ 122.819,20	\$ 141.856,18
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 309.160,80	\$ 343.474,56	\$ 377.822,02	\$ 415.604,22	\$ 457.164,64
Depreciación		\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29
Arriendo		\$ 18.000,00	\$ 19.800,00	\$ 21.780,00	\$ 23.958,00	\$ 26.353,80
Salarios		\$ 89.913,47	\$ 98.904,81	\$ 108.795,30	\$ 119.674,83	\$ 131.642,31
Servicios Básicos		\$ 2.640,00	\$ 2.904,00	\$ 3.194,40	\$ 3.513,84	\$ 3.865,22
Mantenimiento botes		\$ 3.900,00	\$ 4.290,00	\$ 4.719,00	\$ 5.190,90	\$ 5.709,99
Mantenimiento laguna		\$ 10.200,00	\$ 11.220,00	\$ 12.342,00	\$ 13.576,20	\$ 14.933,82
Contabilidad		\$ 3.000,00	\$ 3.300,00	\$ 3.630,00	\$ 3.993,00	\$ 4.392,30
Suministros de oficina		\$ 1.800,00	\$ 1.980,00	\$ 2.178,00	\$ 2.395,80	\$ 2.635,38
Servicio seguridad		\$ 30.000,00	\$ 33.000,00	\$ 36.300,00	\$ 39.930,00	\$ 43.923,00
Varios		\$ 2.760,00	\$ 3.036,00	\$ 3.339,60	\$ 3.673,56	\$ 4.040,92

<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		\$ 132.895,04	\$ 150.987,45	\$ 167.491,43	\$ 185.645,80	\$ 205.615,61
Interés bancario		\$ 9.744,61	\$ 7.992,19	\$ 6.036,98	\$ 3.855,52	\$ 1.421,62
<b>UTILIDAD ANTES TRABAJDORES Y RENTA</b>		\$ 123.150,43	\$ 142.995,26	\$ 161.454,45	\$ 181.790,28	\$ 204.193,99
Participación trabajadores (15%)		\$ 18.472,56	\$ 21.449,29	\$ 24.218,17	\$ 27.268,54	\$ 30.629,10
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTO RENTA</b>		\$ 104.677,86	\$ 121.545,97	\$ 137.236,28	\$ 154.521,74	\$ 173.564,89
Impuesto renta (22%)		\$ 23.029,13	\$ 26.740,11	\$ 30.191,98	\$ 33.994,78	\$ 38.184,28
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 81.648,73	\$ 94.805,86	\$ 107.044,30	\$ 120.526,96	\$ 135.380,62

## 6.7 Flujo de caja

Es la relación entre ingresos y egresos del proyecto.

Verificar Anexo I. 1

## 6.8 Valor Actual Neto VAN

El valor actual neto es la suma de los valores de flujo de caja proyectado en el balance general, menos el precio de compra.

$$VPN = -A + \frac{C1}{(1+i)^1} + \frac{C2}{(1+i)^2} + \frac{C3}{(1+i)^3} + \frac{C4}{(1+i)^4}$$

Tabla 42. Tasa de descuento

<b>COSTO CAPITAL</b>	<b>10%</b>
<b>COSTO DEUDA</b>	11%
<b>PONDERACION CAPITAL</b>	63%
<b>PONDERACION DEUDA</b>	37%
<b>TASA IMPOSITIVA</b>	22%
<b>TASA DE DESCUENTO (WACC)</b>	9,47%
<b>VAN</b>	<b>\$184.671,69</b>

## 6.9 Tasa Interna de Retorno TIR

El TIR es el porcentaje de retorno de la recuperación de la inversión.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

**TIR = 31,2%**

En conclusión para que un negocio sea rentable se estipula que el Valor Actual Neto debe ser mayor que 0, y la tasa interna de retorno debe ser mayor o igual a 18%, en este caso *Ecobotes* si cumple con los parámetros establecidos.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

- Se considera que los argumentos y conceptos de esta propuesta para la implementación de servicios recreativos acuáticos es atractiva, puesto que el turismo en el Ecuador y en especial en la ciudad de Quito ha ido evolucionando considerablemente, por lo que se cree que con una administración y una cobertura de múltiples servicios se llegue a complementar los deseos de esparcimiento y recreación de los usuarios.
- *Ecobotes* una empresa en formación como sociedad anónima deberá cumplir con todas las leyes y requisitos establecidos por la constitución para su creación.
- Las tres áreas diseñadas estratégicamente dentro de las instalaciones de servicios recreativos acuáticos, moderniza y crea la gran diferencia ante la competencia, ofreciendo un valor agregado de exclusividad al futuro cliente.
- Los pocos parques de recreación que existen en la ciudad de Quito no abastece la demanda de los usuarios, el crecimiento acelerado de la ciudad es cada día es más extenso, por lo que existe una población insatisfecha, estas debilidades según las investigaciones, es factible convertirlas en fortalezas, diseñando espacios acogedores, apropiados y funcionales, seleccionado de manera adecuada al personal de trabajo, dotando de una infraestructura sanitaria en optimas condiciones, entre otros, facilitará la actividad recreativa de los usuarios.
- Las encuesta realizada al usuario, tiene una apreciación de que el tiempo recreacional que se brinda a través de los botes a pedal, remo y

kayak está catalogado de manera satisfactoria con 30 minutos y un costo de \$3.50 a \$ 4.00 dólares.

- El uso de métodos apropiados de publicidad dentro y fuera del parque que consta en el plan de marketing, ayudará a cumplir con los objetivos establecidos en *Ecobotes*,
- El estudio de este proyecto demuestra, que la infraestructura donde *Ecobotes* prestara sus servicios es ideal, por su ubicación, por las terminales del metro y el trole bus que se encuentran en el interior del parque Bicentenario, las vías de acceso, los amplios espacios de parqueadero, la promoción turística por parte del Municipio de Quito, todos estos beneficios ayudarán a posicionar el servicio de recreación y ocio logrando la fidelidad del consumidor.
- En los escenarios optimista y pesimista del VAN en el proyecto resulta viable dando un resultado positivo de \$ 439.534,14 en el optimista y \$70.190,76 en el pesimista.
- En el TIR los escenarios varían, el porcentajes optimista es el 58.3% y el porcentaje pesimista es el 0.3%, sin embargo con estos resultados el proyecto es rentable.
- *Ecobotes* considera que el negocio es rentable, se estipula que el Valor Actual Neto es de \$ 184.671,69 y la tasa interna de retorno es del 31.2% en este caso el proyecto cumple con los parámetros establecidos.

## Recomendaciones

- Se recomienda al Municipio de Quito, tome en cuenta y considere este tipo de proyectos que benefician a los dos partes y de esta manera cumplan con el programa de cooperación que tienen con el sector privado.
- Para la implementación de este proyecto en el parque Bicentenario en la ciudad de Quito, es necesario que el Municipio, apruebe esta alianza público- privada.
- Se recomienda establecer un cronograma de mantenimiento continuo de los equipos, botes de pedal, botes de remo y kayaks.
- Se recomienda incrementar en el futuro publicaciones, en revistas especializadas en el área turística para tener mayor cobertura.
- Realizar convenios con instituciones educativas de bajos recursos, Fundaciones que apoyan a los grupos sociales más empobrecidos, entre otros, con la finalidad de ofrecer nuestro servicio, a las familias más necesitadas.
- Si la implementación de los servicios recreativos acuáticos en el parque Bicentenario en el Distrito Metropolitano de Quito planteado por *Ecobotes* llegara a concretarse, el convenio de cogestión a suscribirse entre el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y la empresa *Ecobotes*, se recomienda que el tiempo de duración de contrato tenga relación con las inversiones realizadas.

## REFERENCIAS

- Ambito Financiero. (2014). *Ambito Financiero*. Recuperado el 21 de Febrero de 2015, de Las redes mas usadas en el mundo: Fuente: <http://ambito-financiero.com/redes-sociales-mas-usadas-mundo/>
- Arguello, M. (2012, 28 de Octubre ). *Conceptos*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/111367236/CONCEPTO-DE-RECREACION>
- Baca Urbina Gabriel. (2006). *Evaluación de Proyectos*. México: MacGraw - Hill.
- Balanzá. (2009). *Clases de Alojamiento. Organización y Control de Alojamiento*. Magallanes-España: Thomson Paraninfo.
- Barbieri, A., & Papis, O. (s,f). *La Recreacion*. Buenos Aires.
- Benavides, R. (25 de Octubre de 2013). *Gerente propietario de Parque y Paseos Nauticos*. (Benavides, M. Entrevistador)
- Bilbao.E. (2012). *Plan general del parque de la ciudad de Quito*: Unidad de Espacios Publicos.
- Boullón, R. (2009). Sistema Turistico. En R. Boullón, *Planificacion del espacio Turistico* (pág. 31). trillas. Obtenido de <http://dedona.files.wordpress.com/2012/02/elsistematuristico.pdf>
- Cabilidad de Tenerife. (2014). *Cabilidad de Tenerife. Obtenido de Ocio en la naturaleza*:[http://www.tenerife.es/wps/portal/!ut/p/c0/04\\_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3g\\_f3NDM0MvIwOLMAsXA08jI4BQIG3k7mGuX5DtqAgAQR cJnQ!](http://www.tenerife.es/wps/portal/!ut/p/c0/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3g_f3NDM0MvIwOLMAsXA08jI4BQIG3k7mGuX5DtqAgAQR cJnQ!)
- Canelos Ramiro. (2010). *Formulación y Evaluación de Un Plan de Negocios*. Quito, Ecuador: UIDE.
- Carrion, F. (2009). *Espacio Publico: Punto de partida para la alternidad*. Quito.
- Comunidad de Madrid. (2013). *Áreas recreativas de la Comunidad de Madrid*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2013, de Comunidad de Madrid: [http://www.madrid.org/cs/Satellite?c=CM\\_InfPractica\\_FA&cid=1109168184188&idTema=1142598739468&language=es&popename=Comunida dMadrid%2FEstructura&perfil=1142619466405&pid=1273078188154](http://www.madrid.org/cs/Satellite?c=CM_InfPractica_FA&cid=1109168184188&idTema=1142598739468&language=es&popename=Comunida dMadrid%2FEstructura&perfil=1142619466405&pid=1273078188154)
- Congreso Nacional del Ecuador. (1999). *Ley de Compañías*. Quito. RO/ 312 de 5 de noviembre de 1999.

- Curto, V., Rey, J., & Sabaté, J. (2008). *Eslogan*. Barcelona: Editorial UOC.
- Díaz, M. (2007). *Los prestadores de servicios recreativos ante el reto del desarrollo humano*. Lima.
- Noticias Quito (2013). *E P Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas*. Obtenido el 21 de Noviembre de 2013, de Parque Bicentenario: un enorme pulmón para Quito: [http://noticiasquito.gob.ec/Noticias/news\\_user\\_view/parque\\_bicentenario\\_u\\_n\\_enorme\\_pulmon\\_para\\_quito—8770](http://noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/parque_bicentenario_u_n_enorme_pulmon_para_quito—8770)
- Noticias Quito. (2013). *E P Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas*. Obtenido el 23 de Noviembre de 2013, de Parque Bicentenario se consolidará en varios años: [http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news\\_user\\_category/parque\\_bicentenario-10149](http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_category/parque_bicentenario-10149)
- Empresarial, G. A. (2008). *Servicios Contables para empresas de servicio recreativos y de esparcimientos*. Obtenido el 11 de diciembre 2014 servicios recreativos: [https://www.servicioscontablesenmexico.com/n56\\_servicios-recreativos-y-de-esparcimiento/](https://www.servicioscontablesenmexico.com/n56_servicios-recreativos-y-de-esparcimiento/)
- Fernández Espinoza, S. (2007). *Los Proyectos de Inversion*. Costa Rica: Editorial Tecnologica de Costa Rica.
- Flores, R., & González, M. d. (2007). *Consideraciones Sociales y en el diseño y Planificacion de Parques Urbanos*. Mexico: Economia, Sociedad y Territorio
- Gobierno de la Rioja. (11 de Noviembre de 2013). *Áreas recreativas de los Montes de Utilidad Pública de La Rioja*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2013, de LaRioja.Org: <http://www.larioja.org/npRioja/default/defaultppe.jsp?idtab=432475>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hil Educación.
- Hidalgo, M. (s.a). *Parques acuáticos*. Obtenido el 20 de Enero de 2014, de Al Agua Emprendedores: <http://www.soyentrepreneur.com/parques-acuaticos.html>

- Hornigren Sudem, E. (2000). Flujo de efectivo. En Contabilidad Financiera (pp. 52-53a). Mexico: Pearson Educación.
- Hornigren Sudem, E. (2000). Perdidas y Ganancias. En Contabilidad Financiera (pp. 287-289b). Mexico DF: Pearson Educación.
- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (2014). Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. Obtenido el 01 de diciembre del 2014 de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/propiedad-intelectual/>
- Asociacion Española de profesores Universitarios de matemáticas para la economia y empresa . (s.f). Jornadas de ASEPUMA Recuperado el 21 de Enero de 2014, de *Los Parques Temáticos: una nueva alternativa de ocio*: <http://www.uv.es/asepuma/VII/pap21.pdf>
- Fernandez, G. M. y Martin, M. A. La decisión multicriterio en la elección del emplazamiento de un parque temático. Una aplicación practica.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Fundamentos de marketing. Mexico: Pearson Education.
- Kunz Bolaños, I. (2003). Servicios Recreativos. Mexico: Plaza y Valdes.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). Marketing de servicios. Mexico: Pearson Educación.
- Malhotra, N. (2008). Investigacion de Mercados. Mexico: Pearson Educacion Prentice Hall.
- Maria. (2010). *Consumoteca*. Obtenido el 21 de Enero de 2014, de Parque acuático: <http://www.consumoteca.com/ocio-y-deporte/parques-acuaticos/parque-acuatico/>
- Martinez, H. (2008). *Diccionario de Hospitalidad*. Quito: RM Daylon Inc.
- Tramites.Ecuador. (2014). Ministerio del Ambiente Recuperado el 30 de Marzo de 2015, de <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/ambiental/ministerio-de-ambiente/procedimiento-para-emision-de-licencias-ambientales/>
- Panosso, A. y Lohman, G. (2012). *Teoria del Turismo Conceptos, modelos y sistemas*. Mexico: Trillas.
- Paz Morales, E. (2010). Servicios recreativos competitivos para este milenio. p.p 36-38.

Perez.R. (s.a). Diccionario Biográfico Ecuador. Obtenido el 24 de Octubre de 2013,de

<http://www.diccionariobiograficoecuador.com/tomos/tomo22/u2.htm>

Quesada,R. (2007). *Elementos del Turismo. En R. Q. Castro, Planta turística.* San José-Costa Rica: Universidad Estatal a la Distancia San José.

Quito Turismo. (2012). *Parque Bicentenario.* Recuperado el 25 de Octubre de 2013,

[http://www.google.com.ec/?gws\\_rd=cr&ei=6h5pUuzSKIPVkJfV\\_oBl#q=parque+Naturales+la+carolina](http://www.google.com.ec/?gws_rd=cr&ei=6h5pUuzSKIPVkJfV_oBl#q=parque+Naturales+la+carolina).

Quito Turismo. (2012). *Quito Turismo.* Recuperado el 22 de Noviembre de 2013, de Parque Bicentenario:

<http://www.quito.com.ec/index.php/bienvenido/nuevo-aeropuerto/parque-bicentenario>

Quito Turismo. (21 de Marzo de 2014). Registro Turístico. Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/nuestros-servicios/registro-turistico>

Quito Turismo. (s.f.). Parque Metropolitano Guanguiltagua. Obtenido el 12 de Febrero de 2015 de: <http://www.quito.com.ec/que-hacer/deporte-y-parques/parque-metropolitano-guanguiltagua>

Quito Turismo. (2014, 21 de Marzo). Licencia Unica de Actividades Económicas.Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/nuestros-servicios/obtenga-la-luae>

Registro Mercantil. (2013). *Constituciones, aumentos de capital.* Obtenido el 25 de Febrero 2015 de: <http://registromercantil.gob.ec/cuenca/31-registros-mercantiles/loja/servicios-loja/189-constituciones.html>

Registro Mercantil. (2014). Obtenido el 24 de Febrero 2015 de <http://www.registromercantil.gob.ec/tr%C3%A1mites-frecuentes-rm/89-inscripciones/385-constituciones.html>

Registro Oficial,312. (1999, 5 de Noviembre). Sociedad anonima. Obtenido el 20 de Noviembre del 2014 de

<https://www.supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/CODIFIC%20%20LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf>

- Ribadeneira, J. (2012). *Perez quiso hacer el metro*. Recuperado el 25 de Octubre de 2013, de <http://www.ultimasnoticias.ec/noticias/12209-perez-quiso-hsccer-el-metro.html>
- Rivera, D. (12 de Febrero de 2015). Parque La Alameda sector los botes. (M. Benavides, Entrevistador)
- Roca, M. A. (2004). *Lugares Urbanos y Estrategias*. Argentina: Nobuko.
- Ruiz Palomo, D. (2013). *Finanzas aplicadas al marketing*. España: Ediciones Pirámide.
- Sanchez, G. (2012). *Código de trabajo*. Quito: EDYPE Ediciones y Publicaciones Ecuatorianas.
- Servicio de Rentas Internas. (2014). Registro Único de Contribuyentes. Obtenido el 15 diciembre del 2014 de: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- Servicios Recreativos (2006). En Organización Mundial del Trabajo, Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial, & Naciones Unidas, *Manual del Índice de precios al Consumidor* (pp. 555-556). Estados Unidos.
- Tovar, E. (25 de Enero de 2014). *Guarda Parque del Parque Bicentenario de Quito*. (Benavides, M. Entrevistador)
- Vargas, M. E., & Aldana de Vega, L. (2010). Servicio. En M. E. Vargas, & L. Aldana de Vega, *Calidad y Servicio*. Bogotá: Adriana Gutiérrez.
- Vélez, L. (2009). *Del parque urbano al parque sostenible bases conceptuales y analíticas para la evaluación de la sustentabilidad de parques urbanos*. Recuperado el 21 de enero de 2014 de Medio ambiente Urbano: [http://www.geo.puc.cl/html/revista/PDF/RGNG\\_N43/art02.pdf](http://www.geo.puc.cl/html/revista/PDF/RGNG_N43/art02.pdf)

## **ANEXOS**

## ANEXO A. Formularios

- Anexo A.1



**FORMULARIO DE PREINSCRIPCIÓN DE PERSONA JURÍDICA**

**A. IDENTIFICACIÓN DE LA SOCIEDAD**

Identificación:

Razón Social:

Tipo comerciante:

F. Inicio Actividades:

Tipo de Empresa:

**B. DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL**

Identificación Representante:

Nombre:

Apellidos:

Cargo:

Fecha de Nombramiento:

**C. DATOS UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD**

Proble donde realiza la actividad económica:

Dirección:

Parroquia:

Barrio:

Calle Principal:

No. Casa:

Calle Secundaria:

Email Principal:

Teléfono 1:

Teléfono 2:





• Anexo A.3 Formulario de Registro Turístico



**SOLICITUD DE REGISTRO TURÍSTICO**  
CENTRO DE CONVENCIONES, RECREACIÓN, DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO

Fecha:			
Yo, _____, en calidad de representante legal, solicito a la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, se digna, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, clasificar, tipificar y registrar al establecimiento turístico, cuyas características son las siguientes:			
Razón Social:			
Nombre del establecimiento:			
Registro Único de Contribuyentes:		Local #:	
Trámite de Licencia Metropolitana:			
<b>UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO</b>			
Adm. Zonal:		Parroquia:	
Calle Principal:		N°:	
Calle Transversal:		Referencias:	
Teléfono:	Fax:	E-mail:	
Página web:		Celular:	
Horario de atención:			
<b>CROQUIS</b>			
<b>ACTIVIDAD TURÍSTICA</b>			
Alojamiento		Alimentos y Bebidas	
Recreación, diversión y esparcimiento, parques de atracciones estables (discootecas, peñas, salas de baile, salas de recepciones y banquetes, pistas de patinaje, baleras, termas y balnearios, centros de recreación turística)		Intermediación (centros de convenciones, organizadoras de eventos, congresos y convenciones)	
<b>DECLARACIÓN JURAMENTADA</b>			
Yo, _____, por mis propios derechos (o en representación de la persona jurídica, identificada líneas arriba) solicito que la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico y la Administración Municipal competente, procedan con las inspecciones respectivas a la normativa turística vigente. Declaro que la información aquí proporcionada es verídica y me comprometo a acatar fielmente las disposiciones correspondientes a las leyes y ordenanzas aplicables.			
_____ DECLARANTE			
Céd./ Pasaporte No. _____			



Av. Amazonas s/n - Pomas, Esmeraldas (Terminal de Aeropuerto) de Quito | T. 32 208 3000 al 30 | www.quitoturismo.ec

## • Anexo A.3.1



### SOLICITUD DE REGISTRO TURÍSTICO CENTRO DE CONVENCIONES, RECREACIÓN, DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO

1. Copia certificada de la escritura de la constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de estatuto;
2. Copia del nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el Registro Mercantil;
3. Copia del trámite del ingreso para la obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE) del año en curso (trámite otorgado por el Municipio de Quito a través de la Administración Zonal correspondiente a la jurisdicción del establecimiento turístico);
4. Copia a color de cédula de identidad y papeleta de votación, pasaporte (extranjeros) del representante legal;
5. Copia a color del Registro Único de Contribuyentes (RUC) actualizado;
6. Copia del resultado de búsqueda fonética emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI);
7. Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos del establecimiento turístico a registrarse debidamente firmado por el representante legal (original y copia);
8. Original y dos copias del formulario de declaración de activos fijos para la cancelación del UNO POR MIL (el formulario solicitarlo en las ventanillas de atención al cliente de las oficinas de Quito Turismo);

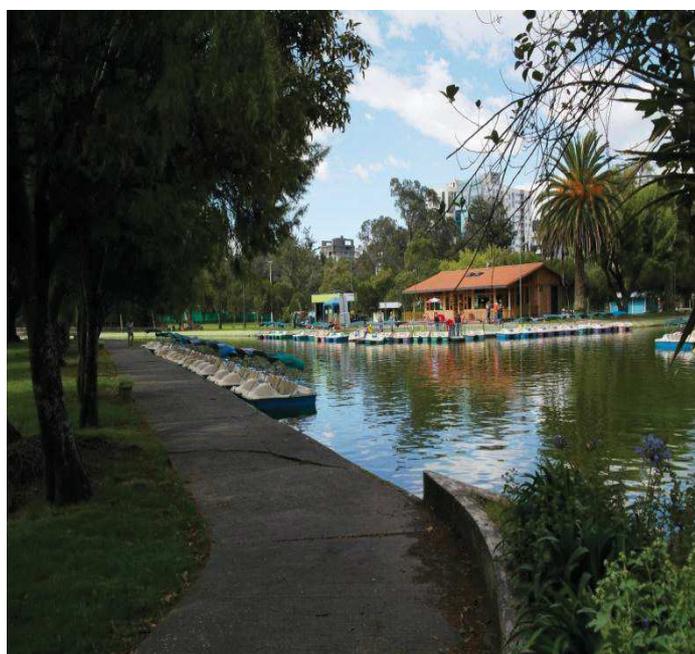
Una vez ingresada la documentación se realizará el proceso de verificación del establecimiento. Los técnicos de calidad de Quito Turismo informarán al usuario los valores a cancelar por concepto de Registro Turístico y UNO POR MIL, en el momento de la inspección. Los usuarios una vez que han cancelado los valores mencionados, deberán presentar los comprobantes de pago (originales y tres (3) copias) en las ventanillas de atención al cliente de las oficinas de las Quito Turismo.

El pago de la Tasa de Turismo, se emite una vez que el establecimiento cuente con las aprobaciones técnicas de inspección de Quito Turismo, la Secretaría de Medio Ambiente y el Cuerpo de Bomberos, este pago se realizará en las instituciones bancarias con las que el Municipio de Quito mantiene convenios.

- Previo al trámite en el IEPI, se recomienda al usuario acudir a las ventanillas de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito Turismo, para verificar en el Sistema de Catastros y Sistema Integrado de Información Turística (SIT) el nombre del establecimiento y de esta manera evitar la repetición o similitudes con nombres de establecimientos ya registrados. Dirección IEPI: Av. República y Diego de Almagro – Edificio FORUM 1er. piso.

## ANEXO B. Competencia directa

- Anexo B.1 Parque La Carolina sector la Laguna



Anexo B.2 Parque La Alameda



- Anexo B.3 Parque Metropolitano Equinoccio



## ANEXO C. FODA

### • Anexo C.1 Matriz de la Competencia

Características	Parque Náutico La Carolina	Parque La Alameda	Parque Metropolitano Equinoccio	Parque Bicentenario o Ecobotes	Conclusión
<b>PRODUCTO</b>					
Numero de Botes	55	20	10	65	Elemento común positivo
	F	D	D	F	
Calidad	O	O	O	F	Ventaja competitiva
Limpieza	F	F	F	F	Elemento común positivo
Alimentos y Bebida	F	D	D	F	Elemento común positivo
Actividades de recreación	D	D	D	F	Ventaja competitiva
<b>PRECIO</b>					
Tickets	F	D	F	F	Elemento común positivo
<b>PLAZA</b>					
Comodidad	F	F	F	F	Elemento común positivo
Parqueadero	F	A	F	F	
Ubicación	Shyris S/N	Av Gran Colombia y Luis Sodiro	Vía a Pomasqui	Av Amazonas o Av Galoplasa	Elemento común positivo

	F	D	D	F	
Seguridad	F	D	D	F	Elemento común positivo
Espacio Infantil	D	D	D	O	Oportunidad
Conciertos	F	A	A	F	Ventaja Competitiva
<b>PROMOCIÓN</b>					
Descuentos	A	A	A	F	Ventaja Competitiva
OTROS					
Página Web	D	D	D	F	Ventaja Competitiva
Número de trabajadores	12	2	3	12	Elemento común positivo
Baño privado	F	A	D	F	Elemento común positivo
Iluminación	F	F	F	D	Elemento común positivo

• **Anexo C.2 Matriz FODA – DAFO**

	<b>FORTALEZA</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	1. Los botes son nuevos de gran calidad y con diseños llamativos.	1. Una sola boletería, incrementa el tiempo de espera.
	2. Adecuada ubicación, acceso y salida por las principales vías de la ciudad.	2. Que los trabajadores no cumplan correctamente con sus obligaciones y horarios.
	3. Protocolos de servicio	3. No contar en el bar con el stock adecuado los fines de semana y feriados.
	4. Espacio recreativo familiar	4. Alto costo de mantenimiento en botes, laguna, equipos, etc.
	5. Instalaciones modernas y orientadas a la comodidad del cliente como: áreas de espera, baño privado, seguridad, etc.	5. Falta de control en el tiempo estimado de uso de botes en horas pico, fin de semanas y feriados.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS- FO</b>	<b>ESTRATEGIAS-DO</b>
1. Facilidad de transporte.	Colocar en las vías de acceso vallas publicitarias brindando información de Ecobotes.	Colocar material publicitario en diferentes puntos de la ciudad de Quito, para atraer la atención del cliente
2. Permanente promoción turística del parque, por el Municipio de Quito.	Realizar campañas publicitarias brindando mayor información sobre los servicios que presta el establecimiento, mediante el medio de comunicación	Realizar campeonatos de poemas, chistes, deportes, en los cuales se destaque el área recreativa.
3. No todos los parques urbanos de la ciudad poseen espacios recreativos acuáticos, limitada competencia.	Diferenciar Ecobotes de la competencia resaltando el servicio exclusivo de alquiler de botes en la información que se les brinda a los clientes	Tener contacto con los proveedores.
4. Promoción del Parque por medios de comunicación.	Promoción y participación en redes sociales.	
5. Grande espacios para parqueadero de vehículos.		
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS- FA</b>	<b>ESTRATEGIAS-DA</b>
1. Condiciones meteorológicas.	Realizar dípticos informativos sobre los beneficios de la utilización de los servicios del Parque para que los clientes sientan mayor interés de visitar el establecimiento	Realizar invitaciones a instituciones educativas para incentivar las visitas al Parque.
2. Dependencia del Municipio de Quito.	Auspiciar eventos deportivos de instituciones educativas o comerciales y realizar descuentos en el precio de la entrada.	Contratar personal capacitado que preste una excelente atención al cliente y lograr su satisfacción.
3. Cambios de precios por la competencia.	Programa de descuentos a partir de la temporada baja.	
4. El mal uso de los botes por parte de los usuarios.		
5. Contaminación del agua		

## ANEXO D. ENCUESTA

- Anexo D.1 Encuesta



La siguiente encuesta busca analizar la factibilidad de un área recreativa acuática en el Parque Bicentenario de Quito.

### DATOS GENERALES

**Género:**

F ( ) M ( )

**Edad**

20 -25 años ( ) 25 -30 años ( ) 31-45 años ( ) 46- 55 años ( ) 56- 65 años ( )

**Educación**

Secundaria ( ) Superior ( ) Postgrados ( ) Otros ( )

**Lugar de Origen**

Quito ( ) Provincia ( )..... País ( ).....

**1. ¿Usted conoce los parques urbanos que se ubican a lo largo de la ciudad de Quito?**

( ) Si Cuales?

Parque la Carolina ( ) Parque Alameda ( ) Parque Metropolitano ( ) Parque Rumipamba ( ) Parque Equinoccial ( ) Parque Bicentenario ( ) Parque Metropolitano Armenia ( )

( ) No Fin de la encuesta

**2. ¿Con qué frecuencia usted visita los parques de la ciudad de Quito?**

1 o dos veces por semana ( )

1 o 2 veces al mes ( )

Una o dos veces al año ( )

Nunca ( )

**3. ¿Cuáles son los motivos para visitar los mencionados parques?**

Actividades de ciclismo ( ) Actividades de caminata ( ) Diversión y entretenimiento ( ) Deportes en general ( ) Descanso ( ) Actividades acuáticas (BOTES) ( ) Otros ( ) .....

**4. ¿Usted y su familia han usado los servicios de alquiler de botes de pedal, remo al momento de visitar los parques de la ciudad de Quito?**

Si ( )  
No ( )

**5. Usted conoce el Parque Bicentenario de Quito?**

( ) Si  
( ) No

**6. ¿Usted estaría de acuerdo con la creación de un área de esparcimiento acuático en el Parque Bicentenario?**

( ) Si  
( ) No

**7. ¿Si existiera una laguna que oferte servicios recreativos acuáticos estaría usted dispuesto a utilizar?**

( ) Si  
( ) No

**8. ¿Según su criterio, que opciones acuáticas le gustaría utilizar en una laguna en el Parque Bicentenario?**

9.

1 Botes a pedal  
2 Botes a remo  
3 Kayaks  
4 Acuacicles


**10. ¿De las siguientes opciones que precio estaría usted dispuesto a pagar por los servicios de recreativos acuáticos por bote y su tiempo?**

**Costo**

( ) \$3.50 - \$4.00  
( ) \$4.00 - \$5.00

**Tiempo**

( ) 15 minutos  
( ) 30 minutos  
( ) 45 minutos

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

- Anexo D.2 Encuesta Nombre de la Empresa



## Parque Bicentenario de Quito

¿Qué nombre le parece más agradable para un parque de botes ecológicos dentro del parque Bicentenario?

La empresa brinda los servicios de paseos de botes de pedal.

- Nauticus
- Ecobotes
- Aquatica
- Becenautico
- Aquaventura
- Aquabotes
- Aquaturismo
- Montaña Aqua

**ANEXO E. BOTES**

- Anexo E.1 Cotización de Botes

<b>Sold to:</b>	Melany Benavides	 <p><b>INDUSTRIES</b></p> <p><b>Proforma Invoice 2014</b></p>																				
<b>Address</b>	Quito, Ecuador																					
<b>Address</b>	Phone: 593994474405																					
<b>Phone/Fax</b>	Email: melapamela99@hotmail.com																					
<b>Email</b>																						
<b>Contact</b>																						
<b>Ship to:</b>		<table border="1"> <tr> <td><b>Date</b></td> <td>January 9 2015</td> <td><b>Rev.</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>F.O.B.</b></td> <td colspan="3">CIF Guayaquil terminal</td> </tr> <tr> <td><b>Payment</b></td> <td colspan="3">TT with order</td> </tr> <tr> <td><b>Validity</b></td> <td colspan="3">30 days</td> </tr> <tr> <td><b>Carrier</b></td> <td></td> <td><b>Container</b></td> <td>20 &amp; 40</td> </tr> </table>	<b>Date</b>	January 9 2015	<b>Rev.</b>		<b>F.O.B.</b>	CIF Guayaquil terminal			<b>Payment</b>	TT with order			<b>Validity</b>	30 days			<b>Carrier</b>		<b>Container</b>	20 & 40
<b>Date</b>	January 9 2015	<b>Rev.</b>																				
<b>F.O.B.</b>	CIF Guayaquil terminal																					
<b>Payment</b>	TT with order																					
<b>Validity</b>	30 days																					
<b>Carrier</b>		<b>Container</b>	20 & 40																			
<b>Address</b>																						
<b>Address</b>																						
<b>Phone/Fax</b>																						
<b>Email</b>																						
<b>Contact</b>																						
Quantity	Description	Details	Hull / Deck color	Unit SUS	Extension																	
	<b>Pedal Boats with Stainless Steel Drive</b>																					
30	Sun Dolphin 3 Seat - Stainless	31332	Blue	White	\$ 350	\$ 10.500																
	Sun Dolphin 3 Seat - Stainless	31333	Teal	White	\$ 350	\$ -																
20	Sun Dolphin 5 Seat - Stainless	31551	Blue	White	\$ 385	\$ 7.700																
	Sun Dolphin 5 Seat - Stainless	31553	Teal	White	\$ 385	\$ -																
	Sun Slider Adj 5 Seat - Stainless	31141	Blue	White	\$ 425	\$ -																
	Sun Slider Adj 5 Seat - Stainless	31143	Teal	White	\$ 425	\$ -																
	WaterWheeler 5 - Stainless	WW5BLSS	Blue	Pewter	\$ 520	\$ -																
	WaterWheeler 5 - Stainless	WW5AQSS	Aqua	Pewter	\$ 520	\$ -																
	WaterWheeler ASL - Stainless w/can	WWLBL04SS	Blue	Pewter	\$ 600	\$ -																
	WaterWheeler ASL Elec - Stainless w/can	WWLELBL04SS	Blue	Pewter	\$ 850	\$ -																
50	Add a canopy				\$ 40	\$ 2.000																

- **Anexo E.1.1 Kayaks**

## KAYAKS

### Sit-In Recreational



### Sit-On-Top Recreational



- **Anexo E.1.2 Botes a Pedal**

### Sun Dolphin 3 Person +

- Dual rear coolers or storage compartments
- Built-in extra storage area
- Super tough paddle wheel
- Closed cell polystyrene foam flotation



### Sun Dolphin 5 Person +

- Seating for 3 adults and 2 kids
- Pedal positions for 1, 2 or 3 people
- Super tough paddle wheel
- Closed cell polystyrene foam flotation



- **Anexo E.1.3 Botes a Remo**



# ANEXO F. EQUIPOS

- Anexo F.1 Cotización de Equipos



Principal Guayaquil:  
Victor Manuel Rondón 426 - 428 entre General  
Córdova y Baquerizo Moreano  
Telfs.: 2306256 - 2306257

Sucursal Mayor Quito:  
Av. Gaspar de Villazuel  
1179 y 6 de Diciembre  
Telfs.: 2464275 - 2464276 - 2464277  
Fax: 2464279

Sucursal Guayaquil:  
Ciudadela Albatros, Av. Plaza  
Dañín 803 y Pelicano, esquina.  
Telfs.: 2388317 - 2388318 - 2393553

PROFORMA

7498

R.U.C.: 0990145547001

At: SRTA. MELANIE BENAVIDES  
E-mail: agroind@agroindustrias.com.ec  
www.agroindustrias.com.ec - A.P. N° 3218  
Guayaquil - Ecuador

CLIENTE:	VARIOS	FECHA:	26/03/15
DIRECCIÓN:		R.U.C.:	
TELÉFONO:	0994474405		
DESCRIPCIÓN	Precio Unitario	VALOR	
1.00 08FBE-800I-PTAS HORNO PIZZERO ELECTRICO 220V-60HZ CON PIEDRAS REFRACTARIAS PUERTA SOLIDA APERTURA 90 GRADOS MARCA TEDESCO (BRASIL)	0.00	0.00	2000,38
1.00 72HW3G COCINADOR DE HOT DOG A BAÑO MARIA EN ACERO INOXIDABLE LATERALES DE VIDRIO 220V/60HZ. MARCA: HARDMAN (CHINA)	0.00	0.00	423,36
1.00 04MT1UL GRANIZADORA 1 POZO 16 LTS CON ILUMINACION. MARCA UGOLINI (ITALIA)	0.00	0.00	2182,81
1.00 80TP18 CANGUILERA DE MESA O CARRITO CAPACIDAD 16 ONZ 120V 60HZ. MARCA: PARAGON (ESTADOS UNIDOS)	0.00	0.00	3436,27
1.00 04ARTICDELUXE JUGUERA 2 POZOS 20 LTS CADA POZO CON AGITADOR Y GRIFO EN ACERO INOX. MARCA UGOLINI ITALIANA	0.00	0.00	1722,55
			188,57
			0.00
		TOTAL:	

PRECIOS INCLUYEN I.V.A. DESCUENTO CONTADO 7%

OBSERVACIONES:

Contado  
FORMA DE PAGO:

15 DIAS  
OFERTA VALIDA:

KARINA ENTAMENTE

AGROINDUSTRIAS WARSÁ COMPAÑÍA ANÓNIMA

- Anexo F1.1



Principal Guayaquil:  
Victor Manuel Rendón 426 - 428 entre General  
Córdova y Baquerizo Moreno  
Telfs.: 2306256 - 2306257

Sucursal Mayor Quito:  
Av. Gaspar de Villarroel  
1179 y 6 de Diciembre  
Telfs: 2464275 - 2464276 - 2464277  
Fax: 2464279

Sucursal Guayaquil:  
Calle de la Albatros, Av. Plaza  
Dafin 803 y Pelicano, esquina.  
Telfs.: 2288317 - 2288318 - 2293553

**PROFORMA  
7499**

R.U.C.: 0990145547001

Atte:

E-mail: agroind@agroindustrias.com.ec  
www.agroindustrias.com.ec - A.P. N° 3218  
Guayaquil - Ecuador

CLIENTE: VARIOS		FECHA: 26/03/15	
DIRECCION:		R.U.C.:	
TELEFONOS:			
DESCRIPCION		Precio Unitario	VALOR
1.00	83.2.0.016.1001	0.00	0.00 3593,88
MAQUINA DE CAFE ATLANTIC I NV SEMI AUTOMATICA, CUERPO ROBUSTO, MANOMETRO PARA BOMBA Y CALDERA, GRIFO DE VAPOR Y DE AGUA EN ACERO INOX, CAPACIDAD DE CALDERO 5 LITROS, 1 GRIFO, 220V/60HZ			
1.00	83.5.0.000.0096	0.00	0.00 220 <sup>0.0</sup>
DEPURADOR O ABLANDADOR DE AGUA CON CAPACIDAD DE 12 LITROS 220V/60HZ MARCA FIANMA (PORTUGAL)			
1.00	83.6.0.053.0040	0.00	0.00 \$505-
MOLINO DE CAFE MGF-3A, AUTOMATICO, MUELAS EN ACERO INOXIDABLE AJUSTABLES Y DOSIS DE AJUSTE SENCILLO, 9KGH, CAPACIDAD DE TOLVA 1.5KG 220V/60HZ MARCA FIANMA (PORTUGAL)			
		TOTAL	0.00

precios incluyen I.V.A

descuento contado 7%

OBSERVACIONES:

Contado

FORMA DE PAGO:

15 DIAS

OFERTA VALIDA

kaerina

ALTERNAMENTE

AGROINDUSTRIAS WAFSA COMPAÑIA ANONIMA

- Anexo F2.2 Canguilera



- Anexo F2.3 Juguera



- Anexo F.2.3 Hot - Dog



- Anexo F2.4 Horno de Pizza



- Anexo F.2.5 Cafetera



## ANEXO G. MESAS

- Anexo G.1 Mesas



- Anexo G.1.1



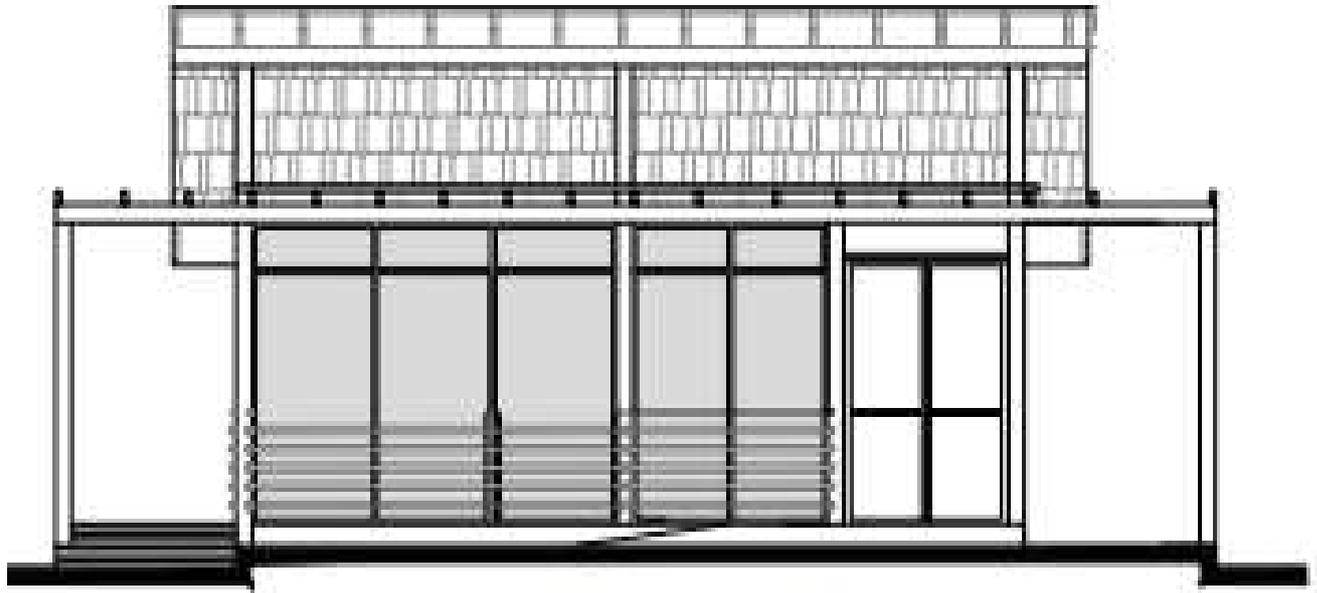
## ANEXO H. INFRAESTRUCTURA

- Anexo H.1 Planta Baja



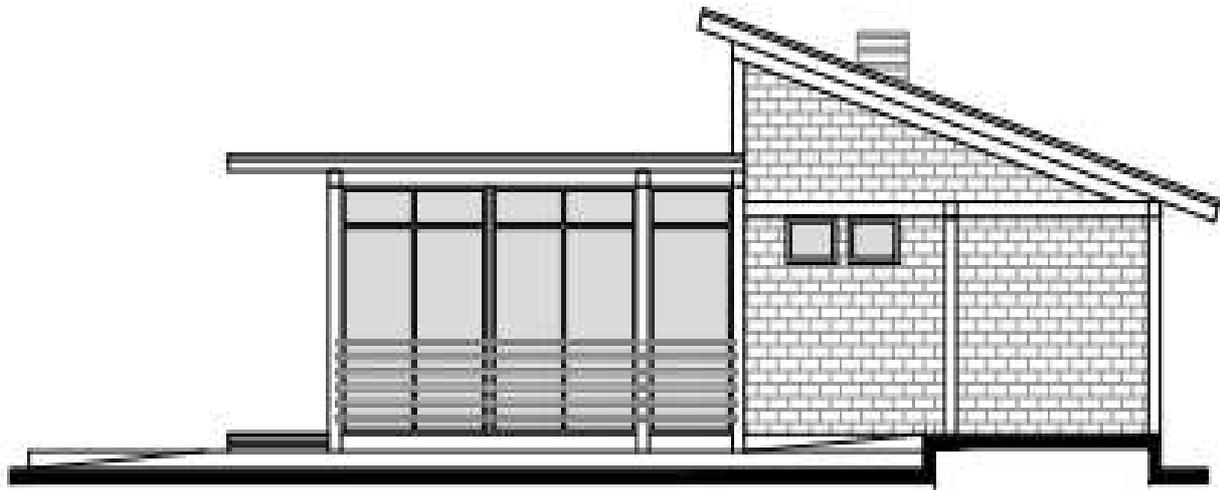
PLANTA - BAR  
ESC 1-150

- Anexo H1.1 Frontal



FACHADA FRONTAL  
ESC 1 - 100

- Anexo H1.2 Lateral derecha



FACHADA LATERAL DERECHA  
ESC 1 - 100

- Anexo H1.3 Lateral Izquierdo



FACHADA LATERAL IZQUIERDA  
ESC 1 - 100

Anexo I.1 Estado Financiero

	<b>ESTADO FINANCIERO DE <i>ECOBOTES</i></b>					
<b>VUELTAS CADA BOTE DIARIO</b>	2	2	2	2	2	2
<b>VUELTAS CADA BOTE AL MES</b>	60	60	60	90	90	90
<b>VUELTAS BOTES MES</b>	3,900	3,900	3.900	5.850	5.850	5.850
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		\$ 388.872,18	\$ 435.541,20	\$ 484.158,99	\$ 538.423,42	\$ 599.020,82
VENTAS LAGUNA		\$ 182.520,00	\$ 200.772,00	\$ 220.849,20	\$ 242.934,12	\$ 267.227,53
VENTAS SNACK BAR		\$ 126.640,80	\$ 142.702,56	\$ 156.972,82	\$ 172.670,10	\$ 189.937,11
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		\$ 79.711,38	\$ 92.066,64	\$ 106.336,97	\$ 122.819,20	\$ 141.856,18
Compras Snack bar		\$ 79.711,38	\$ 92.066,64	\$ 106.336,97	\$ 122.819,20	\$ 141.856,18
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 309.160,80	\$ 343.474,56	\$ 377.822,02	\$ 415.604,22	\$ 457.164,64
Depreciación		\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29
Arriendo		\$ 18.000,00	\$ 19.800,00	\$ 21.780,00	\$ 23.958,00	\$ 26.353,80
Salarios-Décimo tercero/cuarto/fondos de reserva		\$ 89.913,47	\$ 98.904,81	\$ 108.795,30	\$ 119.674,83	\$ 131.642,31
Servicios Básicos		\$ 2.640,00	\$ 2.904,00	\$ 3.194,40	\$ 3.513,84	\$ 3.865,22
Mantenimiento botes		\$ 3.900,00	\$ 4.290,00	\$ 4.719,00	\$ 5.190,90	\$ 5.709,99
Mantenimiento laguna		\$ 10.200,00	\$ 11.220,00	\$ 12.342,00	\$ 13.576,20	\$ 14.933,82



Depreciación		\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29	\$ 14.052,29
Amortización		\$ 1.397,00	\$ 1.397,00	\$ 1.397,00	\$ 1.397,00	\$ 1.397,00
<b>Flujo de Caja Operativo</b>		\$ 94.304,03	\$ 107.461,15	\$ 119.699,59	\$ 133.182,25	\$ 148.035,91
Abono de capital		\$ 15.143,78	\$ 16.896,21	\$ 18.851,41	\$ 21.032,88	\$ 23.466,78
<b>Flujo de Deuda</b>		\$ (15.143,78)	\$ (16.896,21)	\$ (18.851,41)	\$ (21.032,88)	\$ (23.466,78)
Inversión Inicial	-196.903					
Capital de trabajo	-62.618					62.618
<b>Flujo de Caja Neto</b>	<b>-259.521</b>	\$ 79.160,24	\$ 90.564,95	\$ 100.848,18	\$ 112.149,37	\$ 249.805,97
COSTO CAPITAL	10%					
COSTO DEUDA	11%					
PONDERACION CAPITAL	63%					
PONDERACION DEUDA	37%					
TASA IMPOSITIVA	22%					
TASA DE DESCUENTO (WACC)	9,47%					
<b>VPN</b>	<b>\$ 184.671,69</b>					
<b>TIR</b>	<b>31,2%</b>					

Anexo I. 2 Rubro de construcción de Boletería y *Snack Bar*

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITAR- directo	PRECIO TOTAL- directo
<b>CAPITULO 1 OBRA MUERTA</b>				
Limpieza general del terreno	m2	90,00	2,60	234,00
Replanteo general del galpón	m2	76,00	3,00	228,00
Excavación de cimientos	m3	7,50	8,90	66,75
Excavación de plintos	m3	2,98	8,90	26,52
Relleno de piedra bola en cimentación	m3	7,50	12,68	95,10
Hormigón simple f'c= 180 en plintos	m3	1,50	225,00	337,50
Hormigón armado f'c= 210 cadenas inf. Y superior	m3	6,54	270,00	1.765,80
Contrapiso de hormigón simple con malla electro-				
soldada Armex 10*10*6	m2	76,00	55,00	4.180,00
Masillado de pisos	m2	80,00	9,30	744,00
Estructura para segunda planta oficinas	m2			
Hormigón armado en grada	m3			
Suministro, fabricación y montaje de estructura				
metálica.	m2	76,50	175,00	13.387,50
Cubierta de Estilpanel Galvalume o similar	m2	92,60	48,00	4.444,80
Mampostería exterior de bloque 20x20x40	m2	65,00	16,20	1.053,00
Enlucido interior y exterior	m2	130,00	12,60	1.638,00
Cerramiento perimetral del predio que incluye: cimentación, hormigón armado, mampostería de	ml	42,60	120,36	5.127,34

bloque revocado, hasta una altura de 2,4 mts.				
Obras exteriores que incluye:	m2	80,00	68,00	5.440,00
Pasos vehiculares adoquinados, jardinería, patio de maniobras para embarque-desembarque				
<b>SUB TOTAL OBRA MUERTA Y EXTERIORES</b>			<b>US \$</b>	<b>38.768,31</b>
<b>CAPITULO 2 OBRAS DE ACABADOS</b>				
Cerámica Keramikos Blanca 20x20 para baños	m2	16,00	38,00	608,00
Cerámica Keramikos 30x30 para pisos	m2	60,00	37,21	2.232,60
Estuco en mampostería interior y exterior	m2	130,00	5,25	682,50
Pintura interior y exterior dos manos con Permalatex o similar, color a elección	m2	130,00	4,50	585,00
Puertas y ventanas en estructura metálica, incluye vidrios, cerraduras, herrajes, terminado	m2	19,60	98,30	1.926,68
<b>SUB TOTAL OBRA DE ACABADOS</b>			<b>US \$</b>	<b>6.034,78</b>
<b>PRESUPUESTO PARA LA CONSTRUCCION DE GALPON</b>				

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITAR- directo	PRECIO TOTAL- directo
<b>CAPITULO 3 INSTALACIONES SANITARIAS</b>				
Punto de agua, incluye tubería y accesorios	Pto.	9,00	52,00	468,00
Punto de aguas servidas, tubería y accesorios	Pto.	6,00	37,00	222,00
Inodoro blanco tanque bajo, desagüe normal mar- ca Edesa, incluye accesorios.	U	3,00	232,00	696,00
Lavamanos oval con grifería, incluye accesorios marca FV	U	3,00	180,00	540,00
Rejilla cromada de 2" para desagüe baños	U	6,00	5,60	33,60
Juego de accesorios para baño marca FV	U	3,00	28,00	84,00
Cajas de revisión 0.6x0.6 y alcantarillado exterior	U	5,00	125,00	625,00
<b>SUB TOTAL INSTALACIONES SANITARIAS</b>			<b>US \$</b>	<b>2.668,60</b>
<b>CAPITULO 4 INSTALACIONES ELECTRICAS</b>				
Punto de instalación de fuerza, incluye tubería, cable, interruptores marca Levington y cajetín	Pto	20,00	50,00	1.000,00
Punto de instalación de corriente, incluye tubería				

cable, tomacorrientes marca Levington y cajetín	Pto	9,00	52,00	468,00
Caja Térmica Square D de 8 a 12 puntos	U	1,00	215,00	215,00
Plafón metálico con foco incandescente	U	16,00	39,00	624,00
Luminarias tubo fluorescente 2x40 vistas para salas de clase	U	4,00	70,00	280,00
<b>SUB TOTAL INSTALACIONES ELECTRICAS</b>			<b>US \$</b>	<b>2.587,00</b>
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>			<b>US \$</b>	<b>50.058,69</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS (25%)</b>			<b>US \$</b>	<b>12.514,67</b>
<b>IMPREVISTOS (5%)</b>			<b>US \$</b>	<b>2.502,93</b>
<b>TOTAL DEL PRESUPUESTO DE CONSTRUCCION</b>			<b>US \$</b>	<b>65.076,29</b>

