



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

SEPTIEMBRE 2019 – FEBRERO 2020

EMPREDIMIENTO

PROYECTO DE EMPREDIMIENTO

INGENIERIA COMERCIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**Creación de un microcomplejo turístico “AQUATIC” en la Ciudad de Babahoyo,
Provincia de Los Ríos**

EGRESADO:

Bertini Alexander Macias Cevallos

TUTOR:

DR. FABIAN TOSCANO RUIZ, MAE.

AÑO 2020

INDICE

RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPITULO I. IDEA DE NEGOCIO.....	3
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	3
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEORICA DE LA IDEA DE NEGOCIO	4
CAPITULO II. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO	25
2.1. DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	25
2.2. FUNDAMENTACIÓN GERENCIAL DEL EMPRENDIMIENTO	29
2.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DEL EMPRENDIMIENTO.....	32
2.3.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	32
CAPITULO III. MODELO DE NEGOCIO.....	39
3.1. SEGMENTO DEL MERCADO	40
3.3. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	42
3.4. RELACIONES CON LOS CLIENTES	42
3.5. FUENTES DE INGRESO.....	43
3.6. ACTIVOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO	44
3.8. RED DE SOCIOS.....	47
3.9. ESTRUCTURA DE COSTOS	48
CAPITULO IV. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	49
4.1. FATIBILIDAD TECNICA	49
4.2. FACTIBILIDAD FINANCIERA	53
4.3. FACTIBILIDAD OPERATIVA	67
4.4 FACTIBILIDAD AMBIENTAL	68
4.5. FACTIBILIDAD SOCIAL	69
CONCLUSIONES.....	70
RECOMENDACIÓN.....	71
ANEXOS.....	72
BIBLIOGRAFÍA.....	76

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo diseñar un complejo turístico en el cantón Babahoyo provincia de Los Ríos. Se consultaron datos bibliográficos desde diversos autores para complementar el sustento teórico del marco conceptual del proyecto. Se desarrolló un procedimiento metodológico en el que se estructuraron las fases y etapas del proceso de investigación y diseño del complejo turístico, para lo cual se realizó un estudio de mercado en el que fue caracterizada la oferta y la demanda a través de un diagnóstico. Los resultados de dicho diagnóstico, demostraron que es posible la construcción de un complejo turístico en el cantón Babahoyo. Para analizar los posibles impactos ocasionados en el medio por la implementación del complejo, fue necesario realizar un estudio ambiental en el área seleccionada para la construcción. Se determinaron también los costos a través de un estudio financiero. Los resultados de dichos estudios, demostraron que es posible la implementación de un complejo turístico que cuente con servicios de alimentación y recreación. La investigación demostró que la implementación de dicho complejo permitirá el desarrollo del turismo en el cantón Babahoyo mediante la afluencia de visitantes locales y extranjeros.

Palabras Claves: complejo turístico, metodológico, estudio de mercado, oferta, demanda, impacto, afluencia

INTRODUCCIÓN

La visita de complejos turísticos en el Ecuador es alta y la demanda de este servicio es creciente cada año, debido a que se están construyendo muchos complejos turísticos y descubriendo lugares con un ambiente cómodo y agradable. Esta tendencia creciente genero la oportunidad para desarrollar la presente propuesta de emprendimiento para la implementación futura de un Complejo Turístico en el Cantón Babahoyo de la Provincia de Los Ríos. En el mencionado Cantón existe un solo lugar donde se oferta este servicio, por lo que el modelo de negocio planteado genera una propuesta de valor muy significativa que incluye: ambiente agradable y acogedor, personalización del servicio y un precio estandarizado por debajo de la competencia, convirtiendo esto en un atractivo para los clientes. En la escalabilidad del negocio se plantea ofertar centros de distracción para que las personas puedan distraerse y encuentren muchas maneras de pasarla dan con un excelente servicio.

Se considera que es un negocio factible ya que por cada dólar que se invierte se obtienen \$ 2,28 adicional de beneficio. La inversión se la recuperara a los dos años y once meses y once días.

Este emprendimiento contribuye directamente con los objetivos de desarrollo sostenible de Naciones Unidas, tales como reducción de la pobreza, trabajo digno y producción responsable.

Ante esto se recomienda gestionar su implementación en el corto plazo.

CAPITULO I. IDEA DE NEGOCIO

1.1.DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

En la ciudad de Babahoyo muchos de los habitantes asisten a complejos turísticos para pasar un ambiente agradable junto a familiares o amigos, debido a este estudio surgió la idea de la creación del complejo turístico “AQUATIC”, este será del agrado de las personas porque contara con más comodidades y centros de diversión, dispondrá de canales de distribución como redes sociales, volantes, publicidades, pancartas, canales de comunicación y radio, tiene como idea constar de piscinas tanto para adultos como para niños y de acuerdo a como sea la demanda en el mercado se dispondrá de más terreno para poder ofertar más piscinas.

Además, habrá centros de diversión como, una cancha de indor, una cancha de voleibol, un espacio en donde podrán jugar fútbolín, un pequeño parque ecológico y existirá un bar en donde se podrá disgustar todo tipo de comidas y bebidas. Tendrá un precio cómodo y accesible al público que estará por debajo de la competencia, para la captación de clientes se ofrecerán lo que son descuentos en bebidas en días establecidos, también se aplicará la promoción cuando la persona este de cumpleaños se le dará una entrada gratis presentando su cedula y disfrutar de todos los servicios que ofrecerá el Complejo. El financiamiento será del 50% de capital propio y el otro 50% con préstamo en una institución bancaria.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEORICA DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.2.1 BALNEARIO

Un **balneario** es un lugar para baños públicos, ya sea de piscina, río o mar. El término también puede hacer referencia a un lugar dedicado al reposo y la curación a través de la utilización de las aguas, sobre todo termales o minerales, con un edificio para el hospedaje. Balneario de Guitiriz en Galicia. Algunas de las técnicas que se utilizan en los balnearios y centros spa, además de las piscinas termales, son baños con algas, baños con fango, baños de piel de pomelo, inhalación de vapores, hidromasaje, chorros de agua o circuitos a contracorriente. En el caso de los balnearios marinos, el conjunto de técnicas hidrosaludables utilizadas se conoce como talasoterapia. Hay balnearios que emplean el método ayurvédico, un antiguo sistema de medicina india. En algunos balnearios europeos en vez de tomar baños se realiza inhalación de gases, ya sean naturales o balsámicos, cuyo fin es el servir como terapia para personas con problemas respiratorios, de riñón o en las vías urinarias.

(Montalbán, 2019)

1.2.2 REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO

Art. 3.- Políticas y principios de la gestión pública y privada del sector turístico.- El cumplimiento de las políticas y principios del sector turístico establecidos en los artículos 3 y 4 de la Ley de Turismo y en otros instrumentos normativos de naturaleza similar son de

obligatorio cumplimiento para todas las instituciones del Estado, del régimen dependiente y del régimen seccional autónomo; y, son referenciales para las personas naturales y jurídicas del sector privado, a través del ejercicio de las potestades, deberes y derechos que a cada uno le corresponda y que tengan relación con el desarrollo del sector turístico. Las declaraciones de políticas para el sector turístico se constituyen en herramientas de interpretación, conjuntamente con las definiciones establecidas en este reglamento, en caso de duda en la aplicación de normas legales o secundarias del sector turístico ecuatoriano.

(Nacional, 2008)

1.2.3. CENTROS RECREATIVOS EN ECUADOR, OPCIÓN PARA QUIENES PREFIEREN VIAJES CORTOS

Darse un refrescante chapuzón en las piscinas, sentir la emoción de deslizarse en los toboganes, bailar al ritmo de discjockeys, disfrutar en familia o dar un paseo campestre. Son las propuestas de entretenimiento que los complejos turísticos de diversas provincias ponen a disposición para el feriado de carnaval. Un gran número se ubica a no más de dos horas de Guayaquil, en los cantones guayasenses de Daule, Yaguachi, Milagro y Bucay, así como en La Troncal (Cañar), Balsapamba (Bolívar), Montalvo, Ventanas (Los Ríos) y La Maná (Cotopaxi).

Los hay también en otras provincias y se constituyen en centros de atracción para los pobladores locales o para quienes van de las grandes ciudades como Quito, Guayaquil o Cuenca. Uno de estos es Rey Park, ubicado en el km 40 de la vía Yaguachi-Jujan. Este

estrenará la segunda temporada de su Casa del Terror. Aquí hay decenas de figuras y castillos que lo hacen parecer un pequeño Disney. Los murales de personajes animados resaltan. Su propietario, el chileno Oswaldo Trávez, sostiene que la propuesta es brindar esparcimiento familiar en un ambiente seguro. La entrada cuesta \$ 5 para niños y adultos y abre desde las 09:00 hasta las 19:00.

En la misma zona (vía Durán-Babahoyo) se promocionan el complejo turístico La Fiesta y Rancho Texas, que cuentan con pistas de baile y canchas deportivas, además de piscinas. En Cochancay, del cantón La Troncal (Cañar), resalta el complejo La Montañita, donde se presentarán artistas nacionales de los géneros texmex, cumbia y rocolera. En la zona hay otros como Haras del Paraíso, que ofrece paseos campestres en los que el visitante podrá apreciar cascadas, practicar pesca deportiva y pasear en bote. Están también El Chorro, La Cabaña de Sol, La Ponderosa, La Cascada y Yanayacu. Esta última es atractiva por sus piscinas de aguas termales. El valor de las entradas en esos centros es de \$ 3. La comida típica, como el caldo de gallina, es parte de las opciones gastronómicas de esta zona.

(Bravo, 2011)

1.3 ESTUDIO DEL MERCADO

1.3.1 POBLACION Y MUESTRA

Para efecto de establecer un criterio del mercado, se procede a determinar la muestra, considerando el 60% de la población de la Ciudad de Babahoyo, el cual según el censo del 2010 publicado por el INEC es de 100.000 habitantes.

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

En donde:

n = tamaño de muestra buscada

z = nivel de confianza

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada

q = probabilidad de fracaso

e = error de estimación máximo aceptado

N = tamaño de la población

Cálculo de la muestra

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 60000}{0.05^2 * (60000 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n = 383 personas

1.3.2 ENCUESTAS

Pregunta 1: ¿Le gustaría a usted que se dé la apertura de un Complejo Turístico en la ciudad de Babahoyo?

Tabla 1

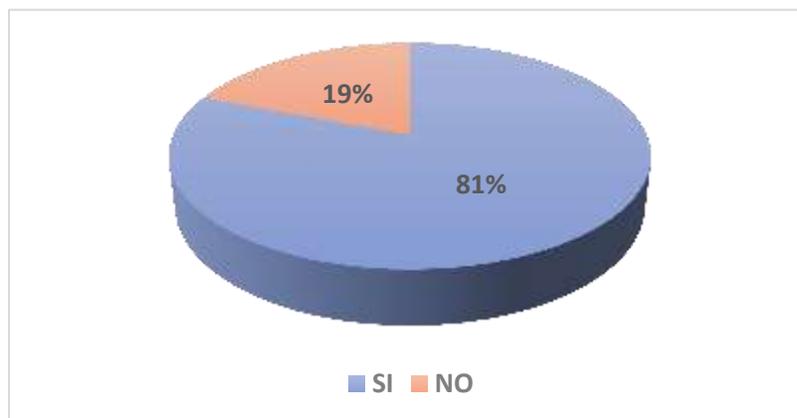
OPCIONES	FRECUENCIA	EQUIVALENCIA
SI	310	81%
NO	73	19%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta efectuada a la población de la ciudad de Babahoyo

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

GRAFICO #1

¿Le gustaría un nuevo Complejo Turístico?



ANALISIS

Según la pregunta establecida de 383 personas encuestadas 310 personas equivalentes al 81% manifestaron que SI les gustaría la apertura de un nuevo complejo turístico y las otras 73 personas equivalentes al 19% mencionaron que no.

Pregunta 2: De los siguientes Complejos Turísticos ¿a cuál asiste con mayor frecuencia?

Tabla 2

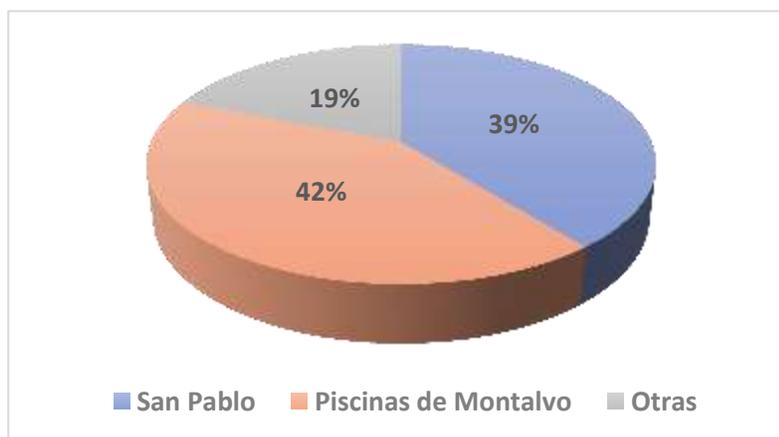
OPCIONES	FRECUENCIA	EQUIVALENCIA
SAN PABLO	150	39%
PISCINAS DE MONTALVO	160	42%
OTROS	73	19%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta efectuada a la población de la ciudad de Babahoyo

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

GRAFICO #2

De los Complejos Turísticos ¿A cuál asiste con mayor frecuencia?



ANALISIS

Según la pregunta establecida de 383 personas encuestadas 150 personas equivalentes al 39% manifestaron que asisten a la San Pablo, las otras 160 personas

equivalentes al 42% mencionaron Piscinas de Montalvo y las otras 73 equivalentes al 19% les gustaría otras.

Pregunta 3: ¿Usted asistiría a un complejo turístico que le ofrezca un ambiente acogedor y diversos juegos acuáticos?

Tabla 3

OPCIONES	FRECUENCIA	EQUIVALENCIA
SI	383	100%
NO	0	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta efectuada a la población de la ciudad de Babahoyo

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

GRAFICO #3

¿Asistiría a un Complejos con muchas mas diversiones?



ANALISIS

Según la pregunta establecida de 383 personas encuestadas, todas respondieron que les gustaría asistiría a un complejo turístico que le ofrezca un ambiente acogedor y diversos juegos acuáticos.

Pregunta 4: ¿Cómo le gustaría que se promocione el nuevo complejo turístico?

Tabla 4

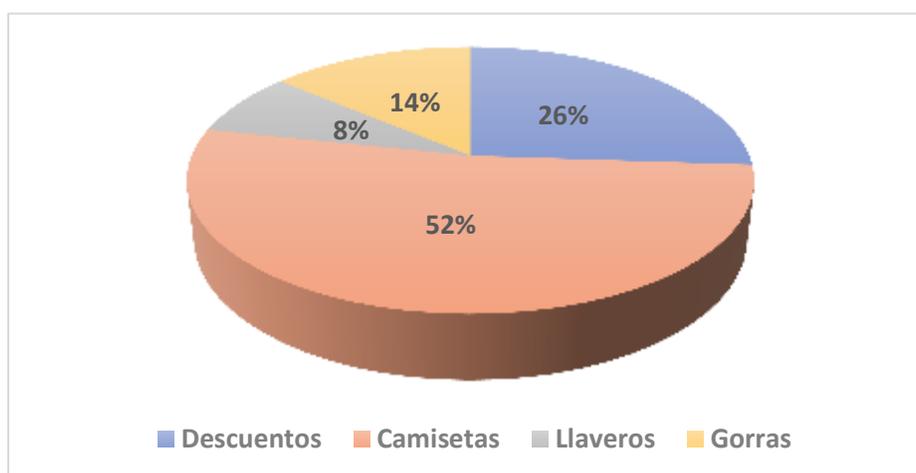
OPCIONES	FRECUENCIA	EQUIVALENCIA
DESCUENTOS	100	26%
CAMISETAS	200	52%
LLAVEROS	30	8%
GORRAS	53	14%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta efectuada a la población de la ciudad de Babahoyo

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

GRAFICO #4

¿Cómo le gustaría que se promocione el nuevo complejo turístico?



ANALISIS

Según la pregunta establecida de 383 personas encuestadas, 100 personas equivalentes al 26% mencionaron que desean promociones de descuentos, las otras 200 equivalentes al 52% prefieren camisetas, las otras 30 equivalentes al 8% llaveros las otras 53 equivalentes al 14% prefieren gorras.

Pregunta 5: ¿En qué época del año prefiere ir a un complejo Turístico?

Tabla 5

OPCIONES	FRECUENCIA	EQUIVALENCIA
INVIERNO	50	13%
VERANO	333	87%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta efectuada a la población de la ciudad de Babahoyo

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

GRAFICO #5

¿En qué época del año prefiere ir a un complejo Turístico?



ANALISIS

Según la pregunta establecida de 383 personas encuestadas 333 personas equivalentes al 86% manifestaron que prefieren asistir a un complejo turístico en el verano y las otras 50 equivalentes al 13% escogieron el invierno.

Pregunta 6: ¿Con que frecuencia asiste Usted a un Complejo Turístico?

Tabla 6

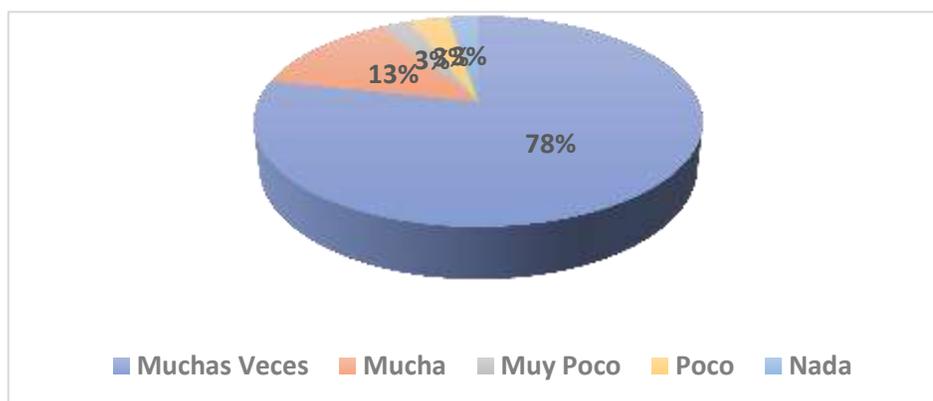
OPCIONES	FRECUENCIA	EQUIVALENCIA
MUCHAS VECES	300	78%
MUCHA	50	13%
MUY POCO	10	3%
POCO	13	3%
NADA	10	3%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta efectuada a la población de la ciudad de Babahoyo

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

GRAFICO #6

¿Con que frecuencia asiste Usted a un Complejo Turístico?



ANALISIS

Según la pregunta establecida de 383 personas encuestadas 300 personas equivalentes al 78% manifestaron que muchas veces asisten a un complejo turístico, las otras 50 equivalentes al 13% mencionaron que muchas, las otras 10 equivalentes al 3%

muy poco otras 13 equivalentes al 3% poco y las otras 10 equivalentes al 3% que no asisten.

Pregunta 7: ¿A través de qué medios publicitarios usted desearía informarse de nuestros servicios?

Tabla 7

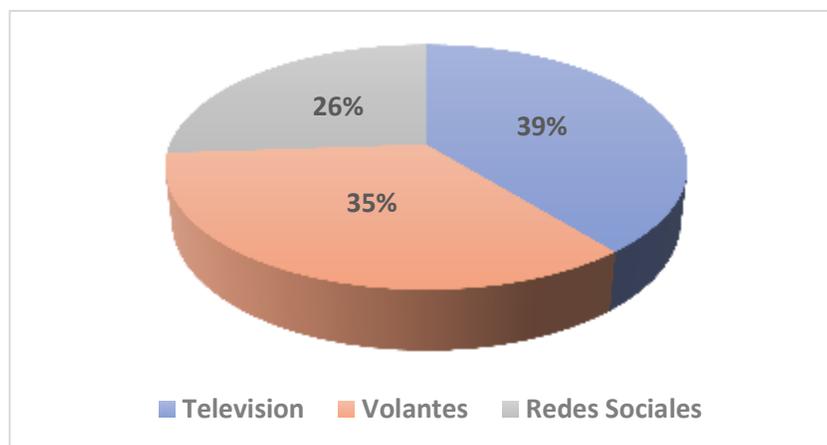
OPCIONES	FRECUENCIA	EQUIVALENCIA
TELEVISION	150	39%
VOLANTES	133	35%
REDES SOCIALES	100	26%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta efectuada a la población de la ciudad de Babahoyo

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

GRAFICO #7

¿Por que medios deseario informarse usted de nuestro Complejo?



ANALISIS

Según la pregunta establecida de 383 personas encuestadas 150 personas equivalentes al 39% manifestaron que desearía informarse de nuestros servicios a través de la televisión, las otras 133 equivalentes al 35% por medio de volantes y las otras 100 equivalentes al 26% por medio de redes sociales.

Pregunta 8: ¿Ha visitado algún complejo turístico en la ciudad de Babahoyo?

Tabla 8

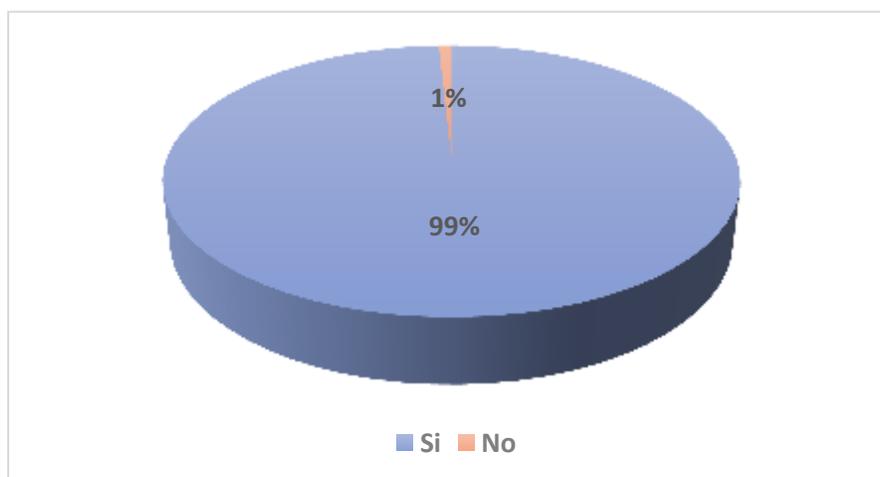
OPCIONES	FRECUENCIA	EQUIVALENCIA
SI	350	94%
NO	33	6%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta efectuada a la población de la ciudad de Babahoyo

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

GRAFICO #8

¿Ha visitado algún complejo turístico en la ciudad de Babahoyo?



ANALISIS

Según la pregunta establecida de 383 personas encuestadas 350 personas equivalentes al 99% manifestaron que SI han visitado algún complejo turístico en la ciudad de Babahoyo y las otras 33 equivalentes al 1% mencionaron que NO.

Pregunta 9: ¿Con quién normalmente suele asistir a los complejos turísticos?

Tabla 9

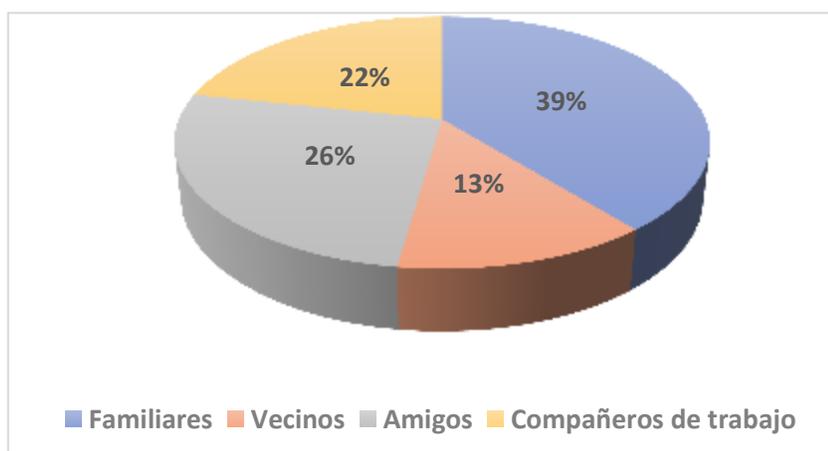
OPCIONES	FRECUENCIA	EQUIVALENCIA
FAMILIARES	150	39%
VECINOS	50	13%
AMIGOS	100	26%
COMPAÑEROS DE TRABAJO	83	22%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta efectuada a la población de la ciudad de Babahoyo

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

GRAFICO #9

¿Con quién normalmente suele asistir a los complejos turísticos?



ANALISIS

Según la pregunta establecida de 383 personas encuestadas 150 personas equivalentes al 39% manifestaron que asisten a los complejos con sus familiares, las otras 50 equivalentes al 13% por medio de vecinos, las otras 100 equivalentes al 26% por medio de amigos y las otras 83 equivalentes al 22% por medio de compañeros de trabajo.

Pregunta 10: ¿Considera que el costo promedio que paga por persona por el ingreso a otros complejos turísticos es adecuado?

Tabla 10

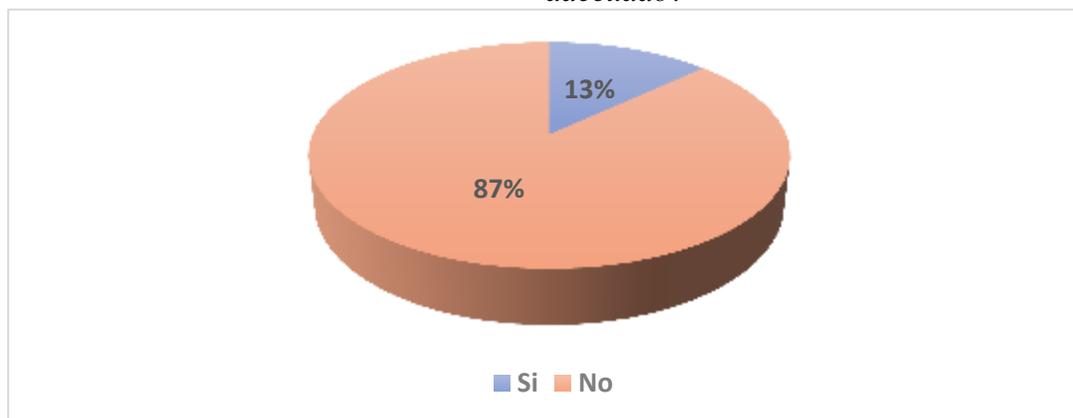
OPCIONES	FRECUENCIA	EQUIVALENCIA
SI	50	13%
NO	333	87%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta efectuada a la población de la ciudad de Babahoyo

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

GRAFICO #10

¿El costo promedio que paga por persona por el ingreso a otros complejos turísticos es adecuado?



ANALISIS

Según la pregunta establecida de 383 personas encuestadas 50 personas equivalentes al 13% manifestaron que SI es adecuado el costo promedio que paga por persona por el

ingreso a otros complejos turísticos y las otras 333 equivalentes al 87% manifestaron que NO.

Pregunta 11: ¿Considera usted que el precio por la entrada del complejo turístico “AQUATIC” sea de \$2,50 por persona teniendo en cuenta que los niños pagan la mitad del precio?

Tabla 11

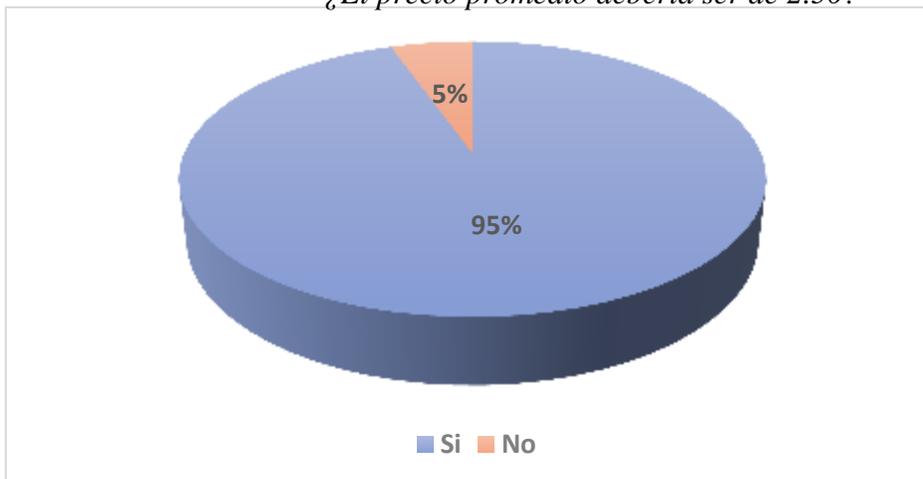
OPCIONES	FRECUENCIA	EQUIVALENCIA
SI	350	95%
NO	33	5%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta efectuada a la población de la ciudad de Babahoyo

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

GRAFICO #11

¿El precio promedio debería ser de 2.50?



ANALISIS

Según la pregunta establecida de 383 personas encuestadas, 350 personas equivalentes al 95% mencionaron que SI están de acuerdo que precio de las entradas sea de \$2,50, mientras que las otras 33 equivalentes al 5% mencionaron que NO.

Pregunta 12: ¿Qué servicios le gustaría que se oferten en el Complejo Turístico?

Tabla 12

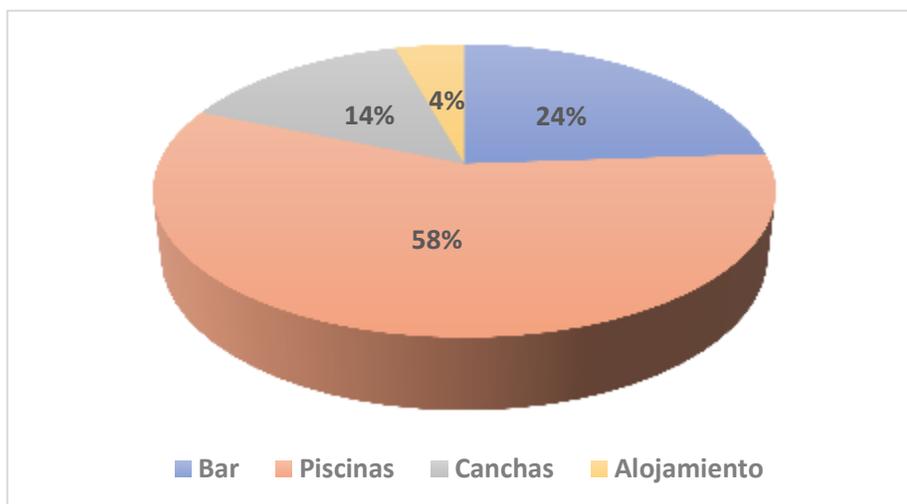
OPCIONES	FRECUENCIA	EQUIVALENCIA
BAR	83	24%
PISCINAS	200	58%
CANCHAS	50	14%
ALOJAMIENTO	50	4%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta efectuada a la población de la ciudad de Babahoyo

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

GRAFICO #12

¿Qué servicios le gustaría que se oferten en el Complejo Turístico?



ANALISIS

Según la pregunta establecida de 383 personas encuestadas 83 personas equivalentes al 24% manifestaron que les gustaría que les oferten un bar las otras, las otras 200 equivalentes al 58% prefieren piscinas, las otras 50 equivalentes al 14% prefieren canchas y las otras 50 equivalentes al 4% prefieren alojamientos.

1.3.3 INFORME EJECUTIVO

En base a los resultados obtenidos para determinar el comportamiento del mercado, respecto a la implementación de un Micro Complejo Turístico (AQUATIC) en la ciudad de Babahoyo, se recogió el criterio de 383 personas y tenemos lo siguiente:

- En cuanto al precio de la entrada al complejo valorado en 2.50 de 383 personas encuestadas, 350 personas equivalentes al 95% mencionaron que SI están de acuerdo que precio de las entradas sea de \$2,50, mientras que las otras 33 equivalentes al 5% mencionaron que NO. Estos resultados evidencian el precio por el cual las personas estarían dispuestos a pagar
- Otro aspecto importante es que de 383 personas encuestadas 350 personas equivalentes al 99% manifestaron que SI han visitado algún complejo turístico en la ciudad de Babahoyo y las otras 33 equivalentes al 1% mencionaron que NO. Esto nos da la oportunidad de participar activamente en el mercado.
- De 383 personas, 83 personas equivalentes al 24% manifestaron que les gustaría que les oferten un bar las otras, los otros 200 equivalentes al 58% prefieren piscinas, los otros 50 equivalentes al 14% prefieren canchas y los otros 50 equivalentes al 4% prefieren alojamientos. Esto nos da a conocer directamente cuales son las preferencias de los clientes y a la vez poder ofrecerles

- 310 personas equivalentes al 81% manifestaron que SI les gustaría la apertura de un nuevo complejo turístico y las otras 73 personas equivalentes al 19% mencionaron que no. Esto nos da como resultado que las personas estarían dispuestas a disfrutar de un nuevo complejo turístico y a su vez nos indica que tendremos mucha demanda.

1.3.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Dentro de la cabecera cantonal del Cantón Babahoyo existe únicamente un complejo turístico que es el complejo “San Pablo”, tal como se detalla:

FICHA TECNICA DE LA COMPETENCIA			
Competencia	Servicios	Precio	Observación
“SAN PABLO” 	Piscinas	Desde \$2,50	Atención de Martes a Domingo de 08:00 a 17:00
	Bar		
	Canchas deportivas		
“MAYAE CLUB”	Piscinas	Desde \$2,50	Atención de todos los días de 09:00 a 18:00
	Salon y decoracion de eventos		
	Canchas deportivas		

	<p>Bas restaurant</p>		
---	-----------------------	--	--

CAPITULO II. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPREDIMIENTO

2.1. DESCRIPCIÓN DEL EMPREDIMIENTO

El complejo turístico “AQUATIC” estará conformado por áreas de recreación, distracción, canchas de futbol, vóley, restaurant-bar y salas para jugar futbolín, dispondrá de un hermoso jardín para realizar tomas fotográficas, compartiendo con la naturaleza momentos inolvidables que serán muy sanos para su salud, brindándole un servicio de calidad con un precio cómodo y accesible para las personas y se ofrecerán promociones para fidelizar a nuestros clientes, este se encontrara ubicado en la PJ vía que intersecta entre el By Pass y la San Pablo.

2.2. RAZÓN SOCIAL

El nombre que identificara al negocio, ha sido diseñado conservando aspectos básicos de la oferta que este tendrá:

COMPLEJO TURISTICO “AQUATIC”

Mediante esta razón social, se utiliza los dos conceptos del modelo de negocio, para dar un mejor posicionamiento del mercado, además, se utiliza el nombre Acuático en inglés, convirtiéndolo en un logotipo fácil de recordar.

2.3. LOGOTIPO

El diseño tiene características sencillas y modernas, en base a la tendencia actual. Se emplea en la parte central la imagen de una piscina en un clima cálido para poder disfrutarlo. Integrado a la imagen se encuentra el nombre del negocio, dando finalmente en su conjunto una imagen corporativa muy pertinente.



2.4. ESLOGAN

“TU PISCINA DE CALIDEZ”

El propósito de este eslogan es persuadir al cliente de forma que relacione la satisfacción de sus exigencias con la calidad, y las variedades que ofrecen nuestro servicio.

2.5. PRODUCTOS O SERVICIOS

SERVICIO DE PISCINAS Y SAUNA		
		
ASPECTOS QUE COMPONEN EL SERVICIO	CARACTERISTICAS	
	ADULTOS	NIÑOS
<ul style="list-style-type: none"> • Agua 	60 m ²	20 m ²
	20 lts	10 lts

• Clorificación	30 m/h	-
• Uso de olas	45 °C	-
• Sauna		

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

Bar restaurant		
		
ASPECTOS QUE COMPONEN EL	CARACTERISTICAS	
SERVICIO	Disponibles	Precio

<ul style="list-style-type: none"> • Arroz con menestra y carne y bebida • Arroz con camarón y bebida • Arroz con pollo hormado y bebida • Arroz con chuzo y bebida • Piqueos • Bebidas 	Lunes y martes	2.00 \$
	Miércoles	3.00 \$
	Jueves y viernes	2.00 \$
	Sábado y domingo	2.00 \$
	Todos los días	De 1 a 2\$
	Todos los días	De 1 a 2\$

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

2.2. FUNDAMENTACIÓN GERENCIAL DEL EMPRENDIMIENTO

El complejo turístico “AQUATIC” será un lugar diseñado para las actividades turísticas orientadas a la relajación y la recreación, especialmente durante los tiempos libres, para ello crearemos un nivel interpersonal, el cual nos ayudará a vincular a nuestros clientes con otras personas como pueden ser familias, amigos o con los vinculados con la venta y prestación de los servicios que ofrecerá el complejo a su vez también contaremos con personal de seguridad para que nuestros futuros clientes se sientan seguros de estar en el complejo y también elaborar una buena infraestructura.

Esta idea nos dará buenos resultados debido a que en la ciudad de Babahoyo existen complejo turístico pero no cuentan con los implementos que tendrá el complejo “AQUATIC”, también porque para disfrutar de otra piscina los clientes viajan

aproximadamente 30 minutos hacia Montalvo, esto es algo incomodo y más en épocas de lluvia por ello la ejecución del proyecto Aquatic brindara mejor servicio a las familias babahoyenses.

2.2.1 MISION DEL EMPRENDIMIENTO

Ofrecer el servicio de las piscinas con calidad y satisfacción, manteniendo una relación excelente con los clientes, mediante un servicio que cumpla y supere sus expectativas.

2.2.2 VISION DEL EMPRENDIMIENTO

Ser un referente importante de servicios en complejos turístico para las personas del Cantón Babahoyo y la provincia de los Ríos y llegar hacer los primeros en el mercado.

2.2.3 POLÍTICA DE CALIDAD

Satisfacer a nuestros clientes dándoles un servicio de calidad y calidez, los servicios de piscinas, gimnasio y bar serán atractivos para los clientes.

2.2.4 VALORES DEL EMPRENDIMIENTO

Los presentes valores permitirán cumplir con las expectativas de los clientes, con el claro propósito de satisfacerlos de la mejor manera y crecer como negocio.

- Compromiso.- orientado siempre a cumplir con los procesos organizacionales y a brindar un servicio adecuado a los clientes.
- Trabajo en equipo.- orientado siempre a articular las actividades para lograr una satisfacción plena de los clientes y de la empresa.
- Seguridad.- orientado siempre a brindar un servicio de calidad, que permita obtener un buen posicionamiento en el mercado.
- Innovación.- orientado siempre a brindar un servicio con innovaciones que sean de preferencia para el público

2.2.5 VALORES EMPRESARIALES

- Dar un servicio de calidad en nuestras piscinas que permita satisfacer a nuestros clientes.
- Mantener excelentes relaciones con los clientes para innovar en base a sus gustos y preferencias.

2.2.6 ANÁLISIS FODA

El análisis estratégico del contexto interno y externo de el Complejo Turístico “AQUATIC” es el siguiente:

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Posicionamiento en el mercado. ❖ Atención personalizada a los clientes. ❖ Innovación constante del servicio 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Falta de experiencia en el mercado de complejos turísticos. ❖ Complejo de reciente creación, no existe posicionamiento.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Usar los medios de comunicación para comunicarnos con el mercado. ❖ Crecimiento al no existir muchos negocios de igual naturaleza. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Situación económica del país crítica. ❖ Desempleo. ❖ Surgimiento de otros negocios que oferten complejos con más atracción para los clientes.

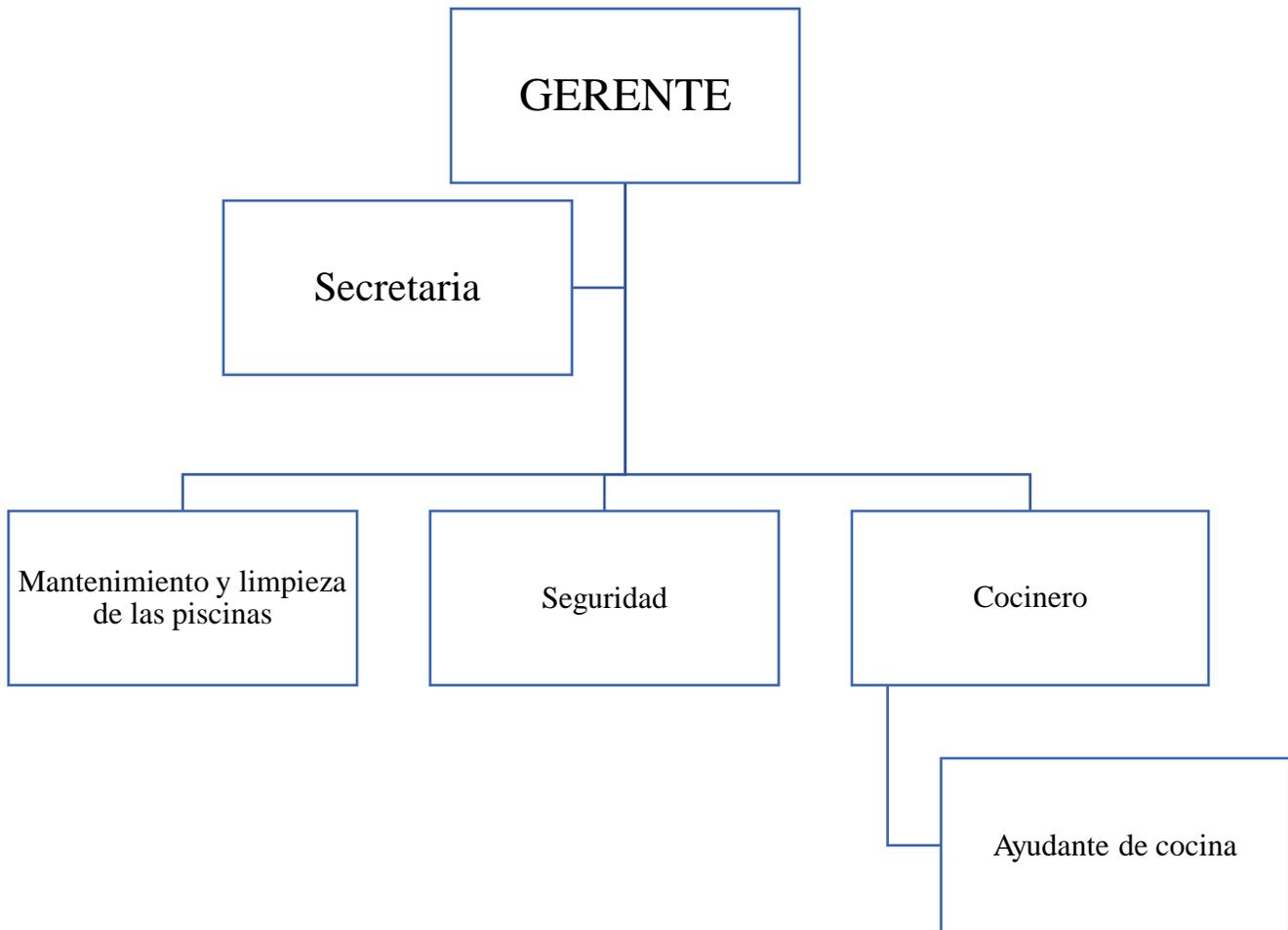
Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

2.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DEL EMPRENDIMIENTO.

2.3.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El complejo turístico “AQUATIC”, contará con una estructura orgánica muy pequeña conformada por cinco personas, pero que garantiza el cumplimiento de los objetivos empresariales:



*Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Bertini Macias Cevallos*

2.3.2 ESTRUCTURA FUNCIONAL

Funcionalmente se describe los diferentes puestos con sus respectivos funciones y características:

COMPLEJO TURÍSTICO “AQUATIC”	
Nombre del puesto	Gerente General
Áreas de responsabilidad	Gerencia General
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias
Naturaleza del trabajo: Control y coordinación de actividades del complejo recreativo.	
Funciones: <ul style="list-style-type: none">* Administrar y representar legalmente a la empresa.* Administrar la empresa.* Presentar a nombre de la empresa, ofertas en ferias de turismo.* Contratar empleados.* Contratar los prestadores de servicios y ocuparse de los pagos* Supervisar el trabajo de los funcionarios y empleados.* Motivación al personal que tiene a su cargo.* Planificación del trabajo.	
Características del puesto de trabajo: <ul style="list-style-type: none">* Responsabilidad.* Conducción con responsabilidad de cada uno de las áreas del complejo.* Responsabilidad en las decisiones administrativas y económicas.	

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

COMPLEJO TURÍSTICO “AQUATIC”	
Nombre del puesto	Secretaria
Áreas de responsabilidad	Secretaria
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias
Naturaleza del trabajo: Manejo de archivos y documentos de todo lo referente al complejo	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> * Realizar la redacción de los documentos y oficios de la empresa. * Coordinar actividades del complejo que le sean asignadas. * Hacer reservas del complejo. * Llevar un registro de turistas que visitan la empresa. * Atención y soluciones a problemas y quejas presentadas por los turistas. 	
Características del puesto de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> * Responsabilidad. * Conducción con responsabilidad de cada uno de áreas del complejo. * Responsabilidad en las decisiones administrativas y económicas. 	

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

COMPLEJO TURÍSTICO “AQUATIC”	
Nombre del puesto	Mantenimiento y limpieza
Áreas de responsabilidad	Piscinas y otros servicios
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias
Naturaleza del trabajo: Ayudar en la limpieza del complejo turístico.	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> * Mantener en orden y limpieza en las piscinas * Recibir y atender a clientes. * Acatar órdenes que se le designen * Pendiente del inventario de productos de limpieza. 	
Características del puesto de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> * Responsabilidad en el cumplimiento de su labor. * Trabajo en equipo * Compañerismo. 	

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

COMPLEJO TURÍSTICO “AQUATIC”	
Nombre del puesto	Chef
Áreas de responsabilidad	Restaurante
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias
Naturaleza del trabajo: Preparación del menú para los visitantes del complejo turístico	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> * Preparación de los alimentos *Elaborar cartas y menús para el restaurante. * Compra de materia prima para la elaboración de los platos * Controlar los pedidos que realiza el cliente. * Seguir las normas de salubridad para la manipulación y preparación de alimentos. * Realizar el inventario de materiales, equipos, utensilios, que se utilizan en la cocina. 	
Características del puesto de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> * Dirige la cocina y del buen funcionamiento del servicio de restaurante. * Confección de menú * Cuida que los platos que se sirvan 	

*Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Bertini Macias Cevallos*

COMPLEJO TURÍSTICO “AQUATIC”	
Nombre del puesto	Guardia
Áreas de responsabilidad	Complejo
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias
Naturaleza del trabajo: Realizar actividades de vigilancia, inspección, prevención y detección de anomalías al interior del complejo turístico	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> * Atender y recibir a los clientes * Controla el cumplimiento de normas y disposiciones reglamentarias en el lugar * Efectúa rondas en el complejo turístico para prevenir y detectar robos, incendios mal uso de equipos o instalaciones en general. * Registra novedades en el tiempo cumplido, e informa de anomalía 	
Características del puesto de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> * Responsabilidad en su trabajo. * Trabajo en equipo. * Compañerismo. 	

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

CAPITULO III. MODELO DE NEGOCIO

<p>8. SOCIOS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de alimentos y Proveedores de bebidas sin alcohol. • Proveedores de bebidas alcohólicas • Institución financiera que otorga el crédito, (BAN ECUADOR) • Proveedor de internet • Proveedores de frutas para cocteles y Proveedores de equipos de cocina y bar. 	<p>6. RECURSOS CLAVES</p> <p>Recursos Financiero</p> <ul style="list-style-type: none"> • Préstamo en el Banco • Capital propio. <p>Recursos Humano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 Secretaria • 1 personas de limpieza y mantenimiento de las piscinas. • 1 personas para seguridad • 2 encargada del el bar. 	<p>2. PROPUESTA DE VALOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Piscinas tanto para adultos y niños • Sauna • Toboganes • Cancha de futbol • Futbolines • Bar 	<p>4. RELACIONES CON LOS CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promociones semanales. • Información sobre los servicios y promociones en las redes sociales. • Descuentos especiales en fechas relevantes. • Descuentos de bebidas en días establecidos 	<p>1. SEGMENTO DE CLIENTES</p> <p>Dirigido a toda la familia babahoyense en especial a niños y jóvenes.</p>
	<p>7. ACTIVIDADES CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de venta de entrada al complejo. • Gestión de atención al cliente. • Gestión de financiamiento. • Gestión de marketing. • Gestión de préstamo bancario. • Diseño de publicidad y comunicación. • Diseño e implementación de infraestructura del negocio. 		<p>3. CANALES DE DISTRIBUCCION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Volantes • Publicidades • Pancartas • Canales de comunicación • Radio 	
<p>9. ESTRUCTURA DE COSTE</p> <p>COSTOS FIJOS</p> <p>Pago de personal Pago de servicios básico bar Pago del personal Pago de dividendo Construcción del local Compra de equipos de restaurante y bar</p>	<p>5. FUENTE DE INGRESO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta en el bar. • Alquiler del complejo. • La venta diaria de entradas al complejo. • La utilización de los centros de distracción por los clientes. 			
<p>COSTOS VARIABLES</p> <p>Pago de internet Compra de equipo de restaurant y Venta de comida</p>				

3.1. SEGMENTO DEL MERCADO

El público objetivo o segmento del mercado en el que el complejo turístico “AQUATIC” se incursionara, son al público nacional y extranjero tanto hombres, mujeres y niños que buscan distraerse en un ambiente agradable como es un balneario, de la misma manera acudirán personas en la ciudad de Babahoyo, así como también usuarios de recintos aledaños que buscan un lugar en donde pasar sus días libres y relajarse de sus preocupaciones, la construcción del complejo



turístico será de gran agrado para la familia babahoyense.

3.2. PRODUCTOS Y SERVICIOS COMO PROPUESTA DE VALOR

Para este emprendimiento se generan las siguientes propuestas de valor:

3.2.1 Piscinas y centros de distracción para el público

Ofrecer piscinas para la familia Babahoyense en especial a los niños y jóvenes, se distraerán con canchas de fútbol, vóley, ping pong, piscinas y para los adultos mesa 40, villa y un gimnasio, esto se podrá adquirir con la compra de la entrada al complejo.



3.2.2 Precios accesibles

Los precios estarán accesibles para la familia babahoyense tanto para la clase media como baja, el valor a cobrar es único en el mercado e incluye todos los servicios del complejo “AQUATIC”

3.2.3 Atención personalizada

Los clientes mediante un proceso de atención al usuario bien definido, serán atendidos y podrán realizar consultas sobre lo que desearían consumir en:

- ✓ El Bar
- ✓ Piscinas
- ✓ Centros de distracción

Podrán pedir su pedido de bar o centros de distracción directamente desde el lugar que se encuentren dentro del complejo, pulsando un botón que se encontrara en sus mesas y de las piscinas podrán disfrutar en cualquier momento.



CIÓN

3.3.

CANALE
S DE
COMER
CIALIZA



El complejo turístico "AQUATIC" empleará un canal de comercialización directo, tanto para comunicarse o brindar el servicio a las personas de la ciudad de Babahoyo o recintos aledaños, todo este proceso de comunicación se verá apoyado mediante redes sociales, volantes, pancartas y medios de comunicación como televisión y radio que les permitirá conocer los servicios e información pertinente a los clientes y de esta manera les será mucho más fácil poder asistir a este gran centro turístico.

3.4. RELACIONES CON LOS CLIENTES

Para mantener una buena relación con los clientes y estos se sientan a gusto con el servicio que se les ofrecerá en el complejo turístico “AQUATIC”, se generan las siguientes acciones estratégicas para la captación de las personas:

- Promociones semanales.
- Información sobre los servicios y promociones en las redes sociales.
- Descuentos especiales en fechas relevantes.
- Descuentos de bebidas en días establecidos.



3.5. FUENTES DE INGRESO

Las principales fuentes de ingreso del complejo turístico “AQUATIC” son las siguientes:

- Alquiler del bar.
- Alquiler del complejo.
- La venta diaria de entradas al complejo.



- La utilización de los centros de distracción por los clientes.

3.6. ACTIVOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPLEJO			
Equipo de musica	2	\$200	400
Equipo de limpieza para piscina	1	\$300	300
Carpas	7	\$40	280
Mangera 200 m2	2	\$40	80
Sillas	150	\$5.50	825
Mesas	10	\$20	200
Espejos	10	\$50	500
Laptop	1	\$600	600
Juego de toboganes de plástico	5	\$300	1500
Botes de basura	6	\$3	18
Inodoros	4	\$10	40
Lava manos	4	\$13	52
Duchas	4	\$10	40
Puertas	4	\$10	40
Arcos de futbol	2	\$5	10
Net de voley	1	\$5	5
Pelotas #5	4	\$5	20
Pelota de ping pong	10	\$0.50	5

TOTAL			\$4910
EQUIPO PARA EL BAR RESTAURANT			
Congelador	1	\$500	500
Maquina de Hielos	1	\$200	200
Licuadaora	1	\$50	50
Cocina	1	\$200	200
Mesas	3	\$20	60
Lavadero	2	\$10	20
TOTAL			\$1,030
EQUIPO DE OFICINA			
Archivador	1	\$60	60
Silla de oficina	2	\$40	80
Equipo de radio	1	\$70	70
Impresora	1	\$300	300
Computador	1	\$600	600
Aire acondicionado	1	\$300	300
Router	1	\$40	40
Televisor	1	\$400	400
TOTAL			\$1,830
TERRENO Y EDIFICIO			
Terreno	1	\$10.000	10000
m² de contruccion	80	\$400	32000
TOTAL			\$42000
TOTAL			\$49,770

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

3.7. ACTIVIDADES DEL NEGOCIO

Como principales actividades estratégicas del negocio se tiene:	
GESTIÓN	<p>De venta de entrada al complejo.</p> <p>De atención al cliente.</p> <p>De financiamiento.</p> <p>De marketing.</p> <p>De préstamo bancario</p> 
DISEÑO	<p>De publicidad y comunicación.</p>  <p>E implementación de infraestructura del negocio.</p>

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Bertini Macias Cevallos

3.8. RED DE SOCIOS

Para un buen funcionamiento del negocio es importante mantener una red de socios conocidos y de prestigio, ya que se debe garantizar el stock adecuado para ofrecer los servicios del complejo. Se considera necesario contar con:

- Proveedores de alimentos y Proveedores de bebidas sin alcohol.



- Proveedores de bebidas



Unidos por un Ecuador mejor

alcohólicas.

- Institución financiera que otorga el crédito, (BAN ECUADOR)



- Proveedor de internet.





- Proveedores de frutas para cocteles y Proveedores de equipos de cocina y bar.

3.9. ESTRUCTURA DE COSTOS



La estructura de costos del proyecto será por

concepto de:

- Pago de personal
- Pago de servicios básicos
- Pago del personal

- Pago de préstamo bancario
- Construcción del local
- Compra de equipos de restaurante y bar
- Pago de internet.

CAPITULO IV. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

4.1. FATIBILIDAD TECNICA

El complejo turístico “AQUATIC” funcionara con recursos que se encuentran en el mercado nacional, lo que facilitara la gestión de manera permanente. Todo lo referente a insumos como: alimentos, bebidas con y sin alcohol, equipamientos y accesorios para los diferentes centros de distracción, equipos y herramientas de bar y cocina, también materiales para la elaboración de las piscinas, se encuentran ampliamente disponibles en el mercado local. Esto reduce costos de acceso a estos elementos o insumos. En cuanto al personal que laborará en el complejo turístico “AQUATIC”, se priorizará personas de Babahoyo, contribuyendo de esta manera a su desarrollo social.

4.1.1 MACROLOCALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.

El complejo turístico “AQUATIC” se encuentra localizado en la provincia de Los Ríos, cantón Babahoyo.



BABAHOYO



4.1.2 MICROLOCALIZACIÓN

De manera específica el complejo turístico “AQUATIC” estará ubicado en el cantón Babahoyo, las calles son Avenida Universitaria y vía Guaranda en donde se encontrará cerca del mercado 4 de mayo y del comisariato dímero.



COMPLEJO
TURISTICO
“AQUATIC”

4.1.3. Diseño estructural del negocio.

La estructura del complejo turístico “AQUATIC” se adapta a la realidad de las edificaciones del terreno. Esta estructura tendrá una amplia área de servicio al cliente.



4.1.4 ASPECTOS LEGALES.

Para legal funcionamiento, el complejo turístico “AQUATIC” deberá realizar a través de su mentor una serie de procesos o trámites ante varias instituciones:

Sistema de rentas internas.

Para la obtención del RUC (Registro Único de Contribuyentes) los requisitos son:

- Original y copia de la cédula de ciudadanía
- Original certificado de votación
- Original y copia de planilla del servicio básico del establecimiento
- Contrato de la concesión comercial o contrato en comodato.

Cuerpo de bomberos.

Para la obtención de la tasa contra incendios los requisitos son los siguientes:

- Copia de cedula de ciudadanía
- Copia completa del ruc
- Copia consulta de uso de suelo

- Copia de pago último impuesto predial.
- Formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal”
- Copia de cédula y certificado de votación.

Tasa de habilitación.

- Registrarse en la página web del municipio de Babahoyo
- Copia de uso de suelo
- Copia de patente del año en curso
- Copia de la tasa de servicios contra incendios del año en curso
- Copia última del RUC
- Tasa de trámite y Formulario de Tasa de Habilitación
- Copia del nombramiento, cédula y certificado de votación del representante legal (si el solicitante es una persona jurídica)

4.2. FACTIBILIDAD FINANCIERA

INVERSION INICIAL DEL PROYECTO

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
INFRAESTRUCTURA				
Terreno	Unidad	1	10.000,00	10.000,00
Contruccion de la compaña en m2		80	400,00	32.000,00
Subtotal				42.000,00
Equipamiento				
Equipo de musica	Unidad	2	200,00	400,00
Equipo de limpieza para piscina	Unidad	1	300,00	300,00
Carpas	Unidad	7	40,00	280,00
Mangera 200 m2	Unidad	2	40,00	80,00
Sillas	Unidad	150	5,50	825,00
Mesas	Unidad	10	20,00	200,00
Espejos	Unidad	10	50,00	500,00
Laptop	Unidad	1	600,00	600,00
Juego de toboganes de plastico	Unidad	5	300,00	1.500,00
Botes de basura	Unidad	6	3,00	18,00
Inodoros	Unidad	4	10,00	40,00
Lava manos	Unidad	4	13,00	52,00
Duchas	Unidad	4	10,00	40,00
Puertas	Unidad	4	10,00	40,00
Arcos de futbol	Unidad	2	5,00	10,00
Net de boley	Unidad	1		

			5,00	5,00
Pelotas #5	Unidad	4	5,00	20,00
Pelota de ping pong		10	0,50	5,00
Subtotal				4.910,00
SUMINISTRO Y EQUIPO PARA BAR				
Congelador	Unidad	1	500,00	500,00
Maquina de Hielos	Unidad	1	200,00	200,00
Licuada	Unidad	1	50,00	50,00
Cocina	Unidad	1	200,00	200,00
Mesas	Unidad	3	20,00	60,00
Lavadero	Unidad	2	10,00	20,00
Subtotal				1.030,00
EQUIPOS DE OFICINA				
Archivador	Unidad	1	60,00	60,00
Silla de oficina	Unidad	2	30,00	60,00
Equipo de radio	Unidad	1	70,00	70,00
Impresora	Unidad	1	300,00	300,00
Computador	Unidad	1	600,00	600,00
Aire acondicionado	Unidad	1	300,00	300,00
Router	Unidad	1	40,00	40,00
Televisor	Unidad	1	400,00	400,00
Subtotal				1.830,00
GASTOS DE CONSTITUCION				

Constitucion de la compañía	Unidad	1	500,00	500,00
Subtotal				500,00
CAPITAL DE TRABAJO				
SERVICIO	Unidad	1	5.000,00	5.000,00
Subtotal				5.000,00
TOTAL INVERSION INICIAL				
				55.270,00

REMUNERACION

CARGO	CANTIDAD	SUELDO	BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente General	1	650,00	239,98	889,98	10.679,70
secretaria	1	400,00	160,02	560,02	6.720,20
Personal de limpieza y mantenimiento	1	400,00	160,02	560,02	6.720,20
Seguridad	2	400,00	160,02	1.120,03	13.440,40
Cocinero	2	400,00	160,02	1.120,03	13.440,40
TOTAL	7			4.250,08	51.000,90

BENEFICIOS SOCIALES

CARGO	SUELDO	BENEFICIOS MENSUALIZADOS					TOTAL
		DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	
Gerente General	650,00	54,17	32,08	54,17	72,48	27,08	239,98
secretaria	400,00	33,33	32,08	33,33	44,60	16,67	160,02
Personal de limpieza y mantenimiento	400,00	33,33	32,08	33,33	44,60	16,67	160,02
Seguridad	400,00	33,33	32,08	33,33	44,60	16,67	160,02
Cocinero	400,00	33,33	32,08	33,33	44,60	16,67	160,02

DEPRECIACION

DETALLE	COSTO	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION				
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de musica	400,00	40,00	3	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Equipo de limpieza para piscina	300,00	30,00	3	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Carpas	280,00	28,00	10	25,20	25,20	25,20	25,20	25,20
Sillas	825,00	82,50	10	74,25	74,25	74,25	74,25	74,25
Mesas	200,00	20,00	10	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
Espejos	500,00	50,00	10	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Laptop	600,00	60,00	3	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Congelador	500,00	50,00	3	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Maquina de Hielos	200,00	20,00	3	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Licuada			3					

	50,00	5,00		15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Cocina	200,00	20,00	3	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Archivador	60,00	6,00	10	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40
Silla de oficina	60,00	6,00	10	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40
Equipo de radio	70,00	7,00	3	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00
Impresora	300,00	30,00	3	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Computador	600,00	60,00	3	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Aire acondicionado	300,00	30,00	3	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Router	40,00	4,00	3	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Televisor	400,00	40,00	3	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
TOTAL		588,50		1.361,25	1.361,25	1.361,25	1.361,25	1.361,25

COSTO VARIABLE DEL SERVICIO

COSTO VARIABLE UNITARIO POR SERVICIO	
DESCRIPCION	VALOR
Piscinas	1,00
Centros de diversion	1,00
Duchas	0,10
Baños	0,10
Vestidores	0,10
Carpas	0,10
Sillas	0,10
COSTO TOTAL	2,50

CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	
DESCRIPCION	VALOR
Piscinas	1
Centros de diversion	1
Duchas	0,1
Baños	0,1
Vestidores	0,1
Carpas	0,1
Sillas	0,1
COSTO VARIABLE UNITARIO	2,50
Produccion semanal	2.000,00
CAPITAL DE TRABAJO PRODUCCIÓN	5.000,00

AMORTIZACION

CUOTA FIJA

MONTO INICIAL	38.689,00
PLAZO	5
GRACIA TOTAL	
GRACIA PARCIAL	0
INTERES	
NOMINAL	15%
PERIODO DE PAGO	Mensual

PERIODO	PRINCIPAL	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA
1	38.689,00	483,61	436,80	920,41
2	38.252,20	478,15	442,26	920,41
3	37.809,95	472,62	447,78	920,41
4	37.362,16	467,03	453,38	920,41
5	36.908,78	461,36	459,05	920,41
6				

	36.449,73	455,62	464,79	920,41
7	35.984,95	449,81	470,60	920,41
8	35.514,35	443,93	476,48	920,41
9	35.037,87	437,97	482,44	920,41
10	34.555,44	431,94	488,47	920,41
11	34.066,97	425,84	494,57	920,41
12	33.572,40	419,65	500,75	920,41
13	33.071,64	413,40	507,01	920,41
14	32.564,63	407,06	513,35	920,41
15	32.051,28	400,64	519,77	920,41
16	31.531,51	394,14	526,26	920,41
17	31.005,25	387,57	532,84	920,41
18	30.472,41	380,91	539,50	920,41
19	29.932,90	374,16	546,25	920,41
20	29.386,65	367,33	553,08	920,41
21	28.833,58	360,42	559,99	920,41
22	28.273,59	353,42	566,99	920,41
23	27.706,60	346,33	574,08	920,41
24	27.132,53	339,16	581,25	920,41
25	26.551,27	331,89	588,52	920,41
26	25.962,76	324,53	595,87	920,41
27	25.366,88	317,09	603,32	920,41
28	24.763,56	309,54	610,86	920,41
29	24.152,69	301,91	618,50	920,41

30	23.534,19	294,18	626,23	920,41
31	22.907,96	286,35	634,06	920,41
32	22.273,90	278,42	641,98	920,41
33	21.631,92	270,40	650,01	920,41
34	20.981,91	262,27	658,13	920,41
35	20.323,78	254,05	666,36	920,41
36	19.657,41	245,72	674,69	920,41
37	18.982,72	237,28	683,12	920,41
38	18.299,60	228,74	691,66	920,41
39	17.607,93	220,10	700,31	920,41
40	16.907,63	211,35	709,06	920,41
41	16.198,56	202,48	717,93	920,41
42	15.480,64	193,51	726,90	920,41
43	14.753,73	184,42	735,99	920,41
44	14.017,75	175,22	745,19	920,41
45	13.272,56	165,91	754,50	920,41
46	12.518,06	156,48	763,93	920,41
47	11.754,13	146,93	773,48	920,41
48	10.980,64	137,26	783,15	920,41
49	10.197,49	127,47	792,94	920,41
50	9.404,55	117,56	802,85	920,41
51	8.601,70	107,52	812,89	920,41
52	7.788,82	97,36	823,05	920,41
53				

	6.965,77	87,07	833,34	920,41
54	6.132,43	76,66	843,75	920,41
55	5.288,68	66,11	854,30	920,41
56	4.434,38	55,43	864,98	920,41
57	3.569,40	44,62	875,79	920,41
58	2.693,61	33,67	886,74	920,41
59	1.806,87	22,59	897,82	920,41
60	909,05	11,36	909,05	920,41
		16.535,52	38.689,00	55.224,52

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interes	5.427,55	4.524,53	3.476,35	2.259,67	847,41
Capital	5.617,36	6.520,37	7.568,55	8.785,23	10.197,49

VENTAS

VENTA SEMANAL	2020
ENTRADA AL COMPLEJO "AQUATIC"	1.500
ALQUILER DE BAR	100

VENTA MENSUAL	2020
ENTRADA AL COMPLEJO "AQUATIC"	6.000
ALQUILER DE BAR	400

VENTA ANUAL	2020	2021	2022	2023	2024
ENTRADA AL COMPLEJO "AQUATIC"	72.000,00	79.200,00	95.040,00	114.048,00	136.857,60
ALQUILER DE BAR	4.800,00	5.280,00	6.336,00	7.603,20	9.123,84

		2020	2021	2022	2023	2024
VENTA EN DOLARES	PRECIO DE VENTA UNITARIO	VENTA ANUAL				
ENTRADA AL COMPLEJO "AQUATIC"	2,50	94.800	104.280	125.136	150.163	180.196

GASTOS ADMINISTRATIVOS

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Remuneraciones	4.250,08	51.000,90
Servicios básicos	150,00	1.800,00
Internet	50,00	600,00
Papelería	10,00	120,00
Marketing y Publicidad		
Vallas	200,00	2.400,00
Radio	200,00	2.400,00
Página Web	50,00	600,00
TOTAL	4.910,08	58.920,90

AMORTIZACION DE GASTOS

DETALLE	Valor total	AÑOS				
		2020	2021	2022	2023	2024
Gastos de constitución	500,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

FLUJO DE CAJA

DETALLE	AÑO 0	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos por venta		94.800,00	104.280,00	125.136,00	150.163,20	180.195,84
UTILIDAD BRUTA		94.800,00	104.280,00	125.136,00	150.163,20	180.195,84
Gastos administrativos y de ventas		-	-	-	-	-
		58.920,90	58.920,90	58.920,90	58.920,90	58.920,90
UTILIDAD OPERACIONAL		35.879,10	45.359,10	66.215,10	91.242,30	121.274,94
Depreciación		-	-	-	-	-
		1.361,25	1.361,25	1.361,25	1.361,25	1.361,25
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS		34.517,85	43.997,85	64.853,85	89.881,05	119.913,69

Gastos de intereses		- 5.427,55	- 4.524,53	- 3.476,35	- 2.259,67	- 847,41
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		29.090,30	39.473,32	61.377,50	87.621,38	119.066,28
25% de impuesto		- 7.272,58	- 9.868,33	- 15.344,37	- 21.905,34	- 29.766,57
UTILIDAD NETA		27.245,27	34.129,52	49.509,48	67.975,71	90.147,12
Depreciación		1.361,25	1.361,25	1.361,25	1.361,25	1.361,25
INVERSION						
Gastos de constitución	- 500,00					
Equipamiento	- 4.910,00					- 4.910,00
Infraestructura	- 42.000,00					
Suministro y equipo para bar	- 1.030,00			- 1.030,00		
Equipos de oficina	- 1.830,00					
Suministros de oficina	- 1.830,00					
Capital de Trabajo	- 5.000,00	- 5.000,00	- 5.000,00	- 5.000,00	- 5.000,00	
Recuperacion del capital de trabajo						5.000,00
Amortización de la inversión		- 5.617,36	- 6.520,37	- 7.568,55	- 8.785,23	- 10.197,49
Amortizacion de los Gastos de constitucion		- 100,00	- 100,00	- 100,00	- 100,00	- 100,00
FLUJO DE CAJA	- 57.100,00	17.889,17	23.870,40	37.172,18	55.451,73	81.300,88

VAN / TIR

	2020	2021	2022	2023	2024	
VAN=	- I ₀	$+\frac{f_1}{(1+i)^1}$	$+\frac{f_2}{(1+i)^2}$	$+\frac{f_3}{(1+i)^3}$	$+\frac{f_4}{(1+i)^4}$	$+\frac{f_5+V_s}{(1+i)^5}$
VAN=	57.100,00	$+\frac{17.889,17}{1,15}$	$+\frac{23.870,40}{1,3225}$	$+\frac{37.172,18}{1,520875}$	$+\frac{55.451,73}{1,7490063}$	$+\frac{81.889,38}{2,01135719}$
VAN=	57.100,00	+ 15.555,80	+ 18.049,45	+ 24.441,31	+ 31.704,71	+ 40.713,49

VAN= 73.364,76

TASA DE DESCUENTO 15%

TIR= 48%

PERIODO DE RECUPERACION

AÑOS	FLUJOS	FACTOR DE DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO	FLUJO ACUMULADO
AÑO 0	- 55.270,00			
2021	17.889,17	1,15	15.555,80	15.555,80
2022	23.870,40	1,3225	18.049,45	33.605,25
2023	37.172,18	1,520875	24.441,31	58.046,56
2024	55.451,73	1,74900625	31.704,71	89.751,26
2025	81.300,88	2,011357188	40.420,90	130.172,17

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION = 2 AÑOS 11 MESES 11 DÍAS

RELACION BENEFICIO COSTO

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{Beneficios}}{\text{Costos}}$$

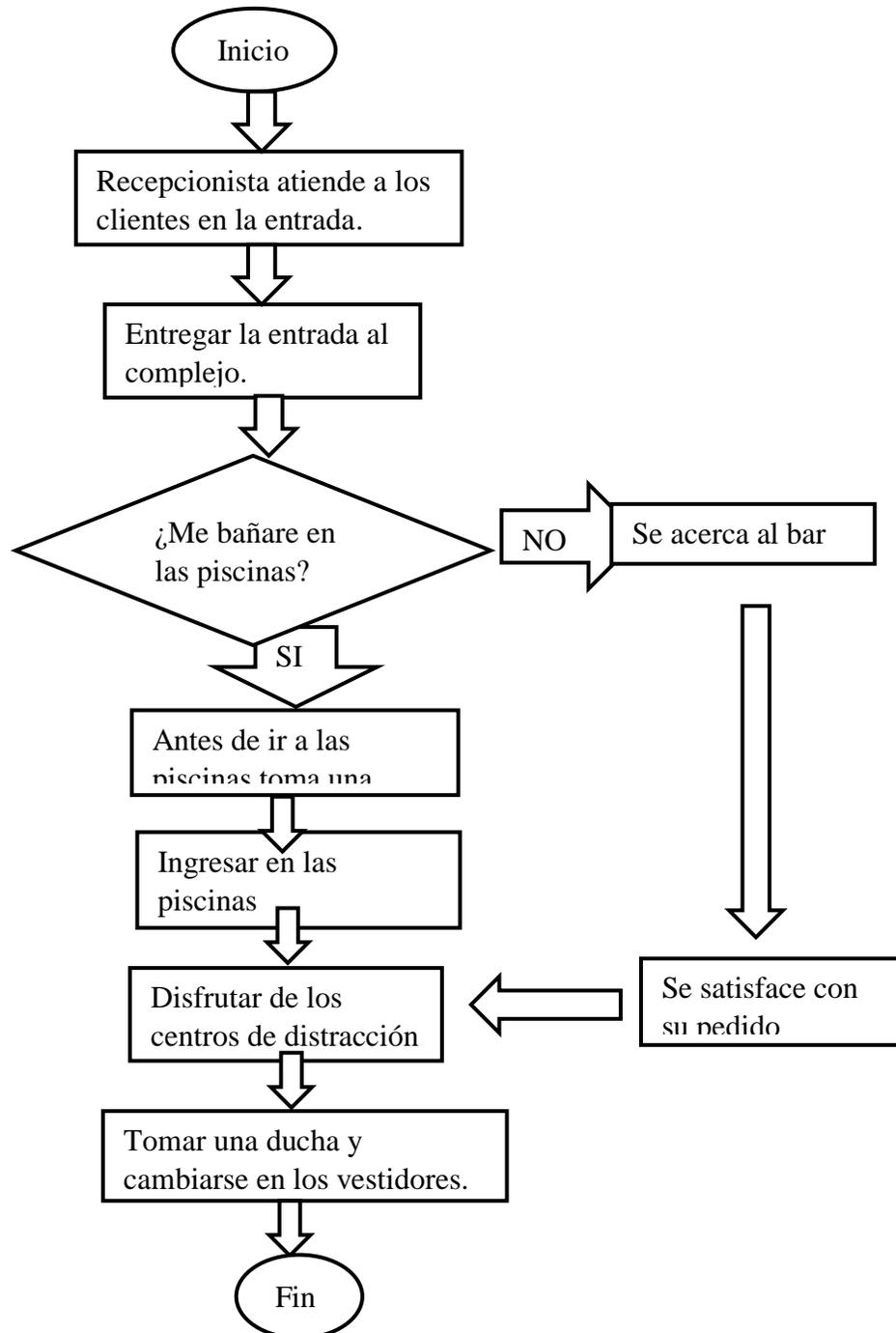
$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{130.464,76}{57.100,00}$$

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = 2,28$$

4.3. FACTIBILIDAD OPERATIVA

Para el correcto funcionamiento del Complejo turístico “AQUATIC”, se plantea el proceso de servicio al cliente. Este proceso, permite asegurar el adecuado servicio y entrega de las propuestas de valor que se han construido, para darle sostenibilidad al negocio.

PROCESO DE SERVICIO DEL COMPLEJO



4.4 FACTIBILIDAD AMBIENTAL

El complejo turístico “AQUATIC” se convierte en un negocio sustentable, ya que asume un compromiso serio con el medio ambiente, al establecer procesos como: gestión de residuos, gestión del ruido y gestión de aguas residuales.

Gestión de residuos.

Los residuos de alimentos y elementos usados en el bar, se almacenarán en fundas y luego almacenados en la parte externa del negocio para su entrega programada al recolector municipal.

Gestión del ruido.

Se implementará bloques o paneles acústicos en sitios estratégicos con la finalidad de minimizar el impacto por contaminación auditiva, considerando que existirá permanentemente música generada por los equipos de amplificación y por cantantes invitados de manera periódica.

Gestión de aguas residuales.

El proceso de lavado y limpieza tanto de los alimentos como de los utensilios de cocina y vajillas y a su vez también de cada una de las piscinas y de todo el complejo al darle mantenimiento de limpieza, genera residuos líquidos combinados con detergentes y grasas. Para controlar esto, se implementará rejillas de retención en el sistema de desagüe del negocio. Luego se procede a retirar de manera periódica las sustancias retenidas y se almacena en fundas especiales y tanques para este efecto, para ser entregados al recolector municipal de manera programada.

4.5. FACTIBILIDAD SOCIAL

Se considera que este emprendimiento es socialmente factible porque por un lado ayuda a la generación de empleo y así contribuye con los objetivos mundiales de desarrollo sostenible, como la generación de trabajo digno.



El complejo turístico “AQUATIC” se convierte en agente de transformación social, debido a que genera una nueva oferta o alternativa para que las personas puedan disfrutar de un ambiente agradable con un servicio de piscinas muy bueno con mucha diversión y distracción y así satisfacer con las expectativas de los usuarios.

CONCLUSIONES

- El emprendimiento con modelo de negocio basado en un complejo turístico, presenta todas sus factibilidades con indicadores favorables para la implementación del mismo.
- En cuanto a la factibilidad de mercado, el 100% de los informantes están de acuerdo en la implementación de este emprendimiento.
- El negocio es técnicamente factible porque los recursos de servicios si están disponibles en el mercado local.
- Financieramente también es factible debido a que por cada dólar que se invierte se obtienen \$ 2.28 adicional de beneficio. La inversión se la recuperara a los dos años, once meses y once días.
- Operativamente es factible por se han diseñado un proceso de servicio, que garantiza el cumplimiento de la propuesta de valor establecida en el modelo de negocio.
- Ambientalmente el negocio es sustentable por sus procesos amigables con el medio ambiente, mediante una producción responsable.
- Socialmente es factible porque es una Start Up que contribuye significativamente generar empleo y la generación de trabajo digno para las personas.

RECOMENDACIÓN

Se recomienda continuar con el desarrollo de acciones que permitan a futuro implementar el Complejo Turístico “AQUATIC”, ya que sus seis factibilidades son positivas y las personas están de acuerdo con la implementación de este emprendimiento.

ANNEXOS

ENCUESTAS A LOS CIUDADANOS BABAHOYENCES

1. ¿Le gustaría a usted que se dé la apertura de un Complejo Turístico en la ciudad de Babahoyo?

SI

NO

2. De los siguientes Complejos Turísticos ¿a cuál asiste con mayor frecuencia?

SAN PABLO

PISCINAS DE MONTALVO

OTROS

3. ¿Usted asistiría a un complejo turístico que le ofrezca un ambiente acogedor y diversos juegos acuáticos?

SI

NO

4. ¿Cómo le gustaría que se promocione el nuevo complejo turístico?

DESCUENTOS

CAMISETAS

LLAVEROS

GORRAS

5. ¿En qué época del año prefiere ir a un complejo Turístico?

INVIERNO

VERANO

6. ¿Con que frecuencia asiste Usted a un Complejo Turístico?

MUCHAS VECES

MUCHA

MUY POCO

POCO

NADA

7. ¿A través de qué medios publicitarios usted desearía informarse de nuestros servicios?

TELEVISION

VOLANTES

REDES SOCIALES

8. ¿Ha visitado algún complejo turístico en la ciudad de Babahoyo?

SI

NO

9. ¿Con quién normalmente suele asistir a los complejos turísticos?

- FAMILIARES**
- VECINOS**
- AMIGOS**
- COMPAÑEROS DE TRABAJO**

10. ¿Considera que el costo promedio que paga por persona por el ingreso a otros complejos turísticos es adecuado?

SI

NO

11. ¿Considera usted que el precio por la entrada del complejo turístico “AQUATIC” sea de \$2,50 por persona teniendo en cuenta que los niños pagan la mitad del precio?

SI

NO

12. ¿Qué servicios le gustaría que se oferten en el Complejo Turístico?

BAR

PISCINAS

CANCHAS

ALOJAMIENTO

BIBLIOGRAFÍA

- Arevalo, V. (febrero de 2012). TESIS. *PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL SECTOR RURAL DE BARCELONA*. Milagro, Ecuador.
- Bravo, F. (02 de Marzo de 2011). Centros recreativos, opción para quienes prefieren viajes cortos. *EL UNIVERSO*.
- Montalbán, M. V. (07 de Enero de 2019). *educalingo*. Obtenido de <https://educalingo.com/es/dic-es/balneario>
- Nacional, C. (29 de diciembre de 2014). *Ministerio Nacional*. Obtenido de LEY DEL TURISMO: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Nacional, G. (09 de enero de 2008). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO*. Obtenido de AME Virtual: <https://www.amevirtual.gob.ec/reglamento-general-a-la-ley-de-turismo/>
- *wikipedia*. (01 de julio de 2017). Obtenido de Enciclopedia Libre: https://es.wikipedia.org/wiki/Complejo_tuistico
- *Wikipedia*. (13 de junio de 2019). Obtenido de Turismo en Ecuador: https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_Ecuador