

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO



“PARQUE ACUÁTICO EN LA PARROQUIA DE IMBAYA, CANTÓN ANTONIO ANTE - ECUADOR”

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo

AUTOR(ES):

Rayo Paspuel Jefferson Xavier

Escobar Meneses Denys Shenary

DIRECTOR:

MSC. Flores Ruiz Jorge Armando

Ibarra, 2023

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

Yo, Jorge Armando Flores, Director del Trabajo de Grado "**PARQUE ACUÁTICO EN LA PARROQUIA DE IMBAYA, CANTÓN ANTONIO ANTE - ECUADOR**", de la autoría de los señores: Rayo Paspuel Jefferson Xavier, portador de la cédula de identidad número: 100433339-7, Escobar Meneses Denys Shenary, portador de la cedula de identidad: 040196555-3, tengo el bien de manifestar el documento que contiene los requisitos académicos e investigativos pertinentes para que sea sometido a defensa pública, por lo que autorizo que se realicen los trámites consiguientes.



MSC: Flores Ruiz Jorge Armando

C.I 1002236410

Msc. Jorge Armando Flores Ruiz

C.I. 1002236410

<https://orcid.org/0000-0001-7536-2805>

DOCENTE - INVESTIGADOR

 **Universidad
Técnica del Norte**



**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	100433339-7	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Rayo Paspuel Jefferson Xavier	
DIRECCIÓN:		Ibarra	
EMAIL:		Jxrayop@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0939115647

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	PARQUE ACUÁTICO EN LA PARROQUIA DE IMBAYA, CANTÓN ANTONIO ANTE - ECUADOR
AUTOR (ES):	Jefferson Xavier Rayo Paspuel Denys Shenary Escobar Meneses
FECHA: DD/MM/AAAA	04/10/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	LICENCIATURA EN TURISMO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado en Turismo
DIRECTOR:	MSC. Jorge Armando Flores Ruiz

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	040196555-3	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Escobar Meneses Denys Shenary	
DIRECCIÓN:		Ibarra	
EMAIL:		dsescobar@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO:	062977 502	TELÉFONO MÓVIL:	0978780182

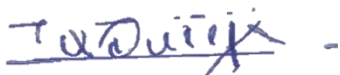
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	PARQUE ACUÁTICO EN LA PARROQUIA DE IMBAYA, CANTÓN ANTONIO ANTE -ECUADOR
AUTOR (ES):	Jefferson Xavier Rayo Paspuel Denys Shenary Escobar Meneses
FECHA: DD/MM/AAAA	04/10/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	LICENCIATURA EN TURISMO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado en Turismo
DIRECTOR:	MSC. Jorge Armando Flores Ruiz

CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 04 días del mes de Octubre de 2023

LOS AUTORES:



Firma

Escobar Meneses Denys Shenary



Firma

Jefferson Xavier Rayo Paspuel

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo de investigación principalmente a nuestros seres queridos que siempre han confiado en nosotros y han sido los motores inspiradores de nuestras vidas ya que nunca se han rendido y han estado dándonos su apoyo y la fuerza necesaria para continuar este proceso de cumplir uno de nuestros más anhelados.

También se lo dedicamos a nuestros padres ya que, con su amor, su tiempo y sacrificios durante estos años de constante lucha han valido la pena, esta es una manera de recompensar en todo lo que han confiado en nosotros, gracias por sus consejos y sugerencias ya que por ustedes hemos llegado a ser lo que somos ahora.

Jefferson Xavier Rayo Paspuel

Denys Shenary Escobar Meneses

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradeciendo a Dios de darnos la oportunidad de poder llevar a cabo nuestros sueños con el apoyo fundamental de nuestras familias a las cuales han sido un pilar fundamental en nuestra carrera para nuestra formación como profesionales.

Agradecemos a nuestros docentes de la Facultad De Ciencias Administrativas Y Económicas de la carrera de turismo en la Universidad Técnica del Norte, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión, ya que han desarrollado un gran aporte en nuestros conocimientos para nuestra investigación.

Jefferson Xavier Rayo Paspuel

Denys Shenary Escobar Meneses

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO	I
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	II
CONSTANCIAS	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
RESUMEN EJECUTIVO	XVIII
ABSTRACT	XIX
UNIDAD 1. IDEA DE NEGOCIO	14
1.1 Determinación de la idea de negocio.....	14
1.2. El problema.....	16
1.2.1 Enunciación del problema	16
1.2.2 Planteamiento del problema.....	16
1.2.3 Descripción de la idea de negocio.....	18
1.2.4 Objetivos	19
1.2.5 Modelo de Negocio	19
1.2.6 Descripción del modelo de negocio aplicado al emprendimiento	22
UNIDAD 2. ESTUDIO DE MERCADO	23
2.1 Diseño de la investigación	23
2.1.1 Tipos de Investigación.....	23
2.1.2 Métodos	24
2.1.3 Técnicas e Instrumentos	25
2.1.4 Tipo de Muestreo y cálculo de la muestra.....	26
2.1.5 Instrumentos de recolección	28
2.1.6 Segmentación del mercado consumidor (Perfil del turista)	46
2.1.7 Preferencias de consumo del producto/comportamiento del.....	48
2.2 Análisis de la demanda.....	49

2.3 Análisis de la oferta	50
2.4 Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto	52
2.5 Propuesta Mercadológica	53
2.5.1 Identidad corporativa.....	53
2.5.2 Aplicación de la identidad en papelería corporativa	57
UNIDAD 3. ESTUDIO TÉCNICO.....	65
3.1 Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa	65
3.1.1 Identificación de la demanda.....	66
3.1.2 Número de clientes proyectados	67
3.1.3 Consumo aparente con respecto a los servicios demandados.....	67
3.2 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.....	68
3.2.1 Macro localización.....	68
3.2.2 Micro localización	69
3.3 Identificación y descripción de los procesos	72
3.3.1 Caracterización y diseño del producto/servicio	72
3.3.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio	97
3.4 Ingeniería del proyecto	103
3.4.1 Distribución de la planta.....	103
3.4.2 Diseño planimétrico de la planta	106
3.4.3 Requerimiento por áreas.....	108
3.5 Inversiones y capital de trabajo	135
3.6. Estructura organizativa y administrativa	136
3.6.1. Misión.....	136
3.6.2. Visión	136
3.6.3. Políticas.....	136
3.6.4. Valores	137
3.6.5. Marca e imagen corporativa.....	138

3.6.6. Organigramas	146
3.7. Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual .	149
3.8. Propuesta comercial	152
UNIDAD 4. ESTUDIO AMBIENTAL	163
4.1. Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento.	163
4.1.1 Factores Ambientales.....	164
4.1.2 Impactos Ambientales	166
4.2. Determinación de la metodología.	167
4.2.1 Método de Criterios Relevantes Integrados	167
4.2.2 Criterios de Valoración	168
4.2.3 Severidad de Imapctos.....	170
4.3. Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales	171
4.3.1 Matrices de aplicación.....	171
4.3.2 Resumen de la Evaluación de Impactos Ambientales.....	180
4.3.2. Jerarquización	182
4.4 Plan de Manejo Ambiental	185
UNIDAD 5. ESTUDIO FINANCIERO.....	191
5.1. Inversiones y capital de trabajo	191
5.1.1. Capital de trabajo	191
5.2. Estados Financieros Proyectados: De situación inicial y de Resultados	191
5.2.1 Balance de situación inicial	191
5.2.2 Tabla de amortización	193
5.2.3 Fuentes de financiamiento y costo de capital.....	193
5.2.4 Flujo de caja primer año y proyección a 10 años	194
5.2.5 Análisis y Evaluación Financiera (VAN TIR)	197
5.2.6 Punto de equilibrio.....	198

CONCLUSIONES.....	200
RECOMENDACIONES	203
Bibliografía	205
ANEXOS	209
<i>Anexo 1. Árbol de Problemas</i>	209
<i>Anexo 2. Modelo de Encuesta</i>	210
<i>Anexo 3 Modelo de entrevista realizados a diferentes establecimientos de balnearios turísticos</i>	215
Anexo 4 Certificado de aprobación de Abstract por el departamento del CAI	217
Anexo 5 Reporte de Similitud Turniti	218

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	<i>Desarrollo de idea de negocio</i>	14
Tabla 2.	<i>Modelo Lienzo Canvas</i>	20
Tabla 3.	<i>Segmentación de mercado para un Parque Acuático</i>	46
Tabla 4.	<i>Demanda potencial</i>	50
Tabla 5.	<i>Oferta de balnearios o piscinas en la provincia de Imbabura</i>	51
Tabla 6.	<i>Proyección de la demanda insatisfecha.</i>	52
Tabla 7.	<i>Proyección de la demanda objetiva</i>	52
Tabla 8.	<i>Descripción de Logotipo</i>	56
Tabla 9.	<i>Materiales publicitarios que ofrece Buena Ventura</i>	62
Tabla 10.	<i>Flujograma de servicio de las zonas húmedas del Parque Acuático</i>	97
Tabla 11.	<i>Flujograma proceso de reservación para el SPA</i>	98
Tabla 12.	<i>Flujograma proceso para consumir los toboganes.</i>	99
Tabla 13.	<i>Flujograma del servicio de tobogán extremo del Parque Acuático</i>	100
Tabla 14.	<i>Flujograma servicio de Simulador de Surf del Parque Acuático.</i>	101
Tabla 15.	<i>Flujograma para consumo de Rio Lento del Parque Acuático</i>	102
Tabla 16.	<i>Infraestructura</i>	108
Tabla 17.	<i>Maquinaria y Equipos</i>	117
Tabla 18.	<i>Insumos</i>	127
Tabla 19.	<i>Capital de trabajo</i>	133
Tabla 20.	<i>Inversión</i>	135
Tabla 21.	<i>Actividades del Proyecto</i>	163
Tabla 22.	<i>Identificación de factores</i>	164
Tabla 23.	<i>Identificación de Impactos ambientales</i>	166
Tabla 24.	<i>Criterios de valorización para impactos ambientales</i>	168

Tabla 25.	<i>Valoración de la Severidad del Impacto</i>	171
Tabla 26.	<i>Matriz de Intensidad del Impacto</i>	172
Tabla 27.	<i>Matriz de Extensión del Impacto</i>	173
Tabla 28.	<i>Matriz de Duración del Impacto</i>	174
Tabla 29.	<i>Matriz de Reversibilidad del Impacto</i>	175
Tabla 30.	<i>Matriz de Incidencia del Impacto</i>	176
Tabla 31.	<i>Matriz de la Magnitud del Impacto</i>	177
Tabla 32.	<i>Matriz de Valor del Índice Ambiental (VIA) del Impacto</i>	178
Tabla 33.	<i>Matriz de la Severidad del Impacto</i>	179
Tabla 34.	<i>Matriz de Resumen de Importancia</i>	180
Tabla 35.	<i>Jerarquización del Valor de Impacto Positivo</i>	183
Tabla 36.	<i>Jerarquización del Valor de Impacto Negativo</i>	184
Tabla 37.	<i>Plan de Manejo Ambiental</i>	185
Tabla 38.	<i>Balance de Situación Inicial Parque Acuático “Buena Ventura”</i> .	192
Tabla 39.	<i>Taza de Amortización</i>	193
Tabla 40.	<i>Capital de Trabajo</i>	193
Tabla 41.	<i>Flujo de caja del año uno del Parque Acuático “Buena Ventura”</i>	196
Tabla 42.	<i>Proyección ingresos y egresos para 10 años del Parque Acuático “Buena Ventura”</i>	197
Tabla 43.	<i>Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno a tener el Parque Acuático Buena Ventura</i>	198
Tabla 44.	<i>Punto de Equilibrio del Parque Acuático Buena Ventura</i>	198

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Frecuencia: Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?	29
Figura 2. Cruce de variables: Edad – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?	30
Figura 3. Cruce de variables: Edad – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?	30
Figura 4. Cruce de variables: Género – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?	31
Figura 5. Cruce de variables: Género – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?	31
Figura 6. Cruce de variables: Estado Civil – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?	32
Figura 7. Cruce de variables: Estado Civil – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?	32
Figura 8. Cruce de variables: Ocupación – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?	33
Figura 9. Cruce de variables: Ocupación – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?	34
Figura 10. Cruce de variables: Ingresos – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?	35
Figura 11. Cruce de variables: Ingresos – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?	35
Figura 12. Frecuencia: Durante el año 2022, ¿Cuántas veces ha visitado un balneario?.....	36
Figura 13. Cruce de variables: ¿Con quién estuvo acompañado/a la última vez que visitó un balneario? – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?	37
Figura 14. Cruce de variables: ¿Con cuántas personas estuvo acompañado/a en la última vez que visitó un balneario? – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?	37
Figura 15. Cruce de variables: ¿Cuánto fue el valor pagado por persona en el sitio de entretenimiento acuático? – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?.....	38
Figura 16. Cruce de variables: ¿Cuánto fue el valor pagado por persona en el sitio de entretenimiento acuático? – Edad.....	39

Figura 17.	<i>Cruce de variables: ¿Cuánto fue el valor pagado por persona en el sitio de entretenimiento acuático? – Ocupación</i>	<i>40</i>
Figura 18.	<i>Cruce de variables: ¿Cuánto fue el valor pagado por persona en el sitio de entretenimiento acuático? – Edad.....</i>	<i>41</i>
Figura 19.	<i>Frecuencia: ¿Cuánto tiempo permaneció en un balneario, la última vez que visitó?</i>	<i>42</i>
Figura 20.	<i>Cruce de variables: ¿Cuánto fue el valor pagado por persona en el sitio de entretenimiento acuático? – ¿Qué servicio complementario o adicional considera más importante al momento de consumir un producto de balnearios, piscinas o áreas recreativas de interacción acuática?</i>	<i>43</i>
Figura 21.	<i>Cruce de variables: ¿Cuánto fue el valor pagado por persona en el sitio de entretenimiento acuático? – ¿Por qué decide visitar un balneario en específico?</i>	<i>44</i>
Figura 22.	<i>Cruce de variables: ¿Cuánto fue el valor pagado por persona en el sitio de entretenimiento acuático? – ¿Qué factor tiene más importancia para usted en el momento de consumir un producto de balnearios, piscinas o áreas recreativas de interacción acuática?</i>	<i>45</i>
Figura 23.	<i>Frecuencia: ¿Cuál de los siguientes medios considera que es de mayor utilidad para promocionar un balneario?</i>	<i>46</i>
Figura 24.	<i>Imagen Corporativa.....</i>	<i>54</i>
Figura 25.	<i>Modelo de uniforme para trabajadores polifuncionales</i>	<i>58</i>
Figura 26.	<i>Propuesta de uniforme para servicio de SPA.....</i>	<i>59</i>
Figura 27.	<i>Propuesta de uniforme para personal de mantenimiento.....</i>	<i>59</i>
Figura 28.	<i>Tarjeta de presentación.....</i>	<i>60</i>
Figura 29.	<i>Factura Parque Acuático.....</i>	<i>61</i>
Figura 30.	<i>Carpeta Parque Acuático</i>	<i>61</i>
Figura 31.	<i>Determinación del tamaño de una empresa.....</i>	<i>65</i>
Figura 32.	<i>Macro Localización.....</i>	<i>69</i>
Figura 33.	<i>Micro localización parroquia de Imbaya</i>	<i>70</i>
Figura 34.	<i>Ruta de acceso desde la ciudad de Quito.....</i>	<i>71</i>
Figura 35.	<i>Ruta de acceso desde la ciudad de Ibarra</i>	<i>72</i>
Figura 36.	<i>Propuesta #1 área recreacional para niños.....</i>	<i>76</i>
Figura 37.	<i>Propuesta #2 área recreacional para niños.....</i>	<i>76</i>

Figura 38.	<i>Propuesta Simulador de Surf</i>	78
Figura 39.	<i>Propuesta implementación de río lento</i>	79
Figura 40.	<i>Propuesta implementación río lento #2</i>	79
Figura 41.	<i>Propuesta implementación río lento con la unión de la presión de agua que emana el simulador de surf</i>	80
Figura 42.	<i>Propuesta #1 de tobogán extremo</i>	80
Figura 43.	<i>Propuesta #2 de tobogán</i>	82
Figura 44.	<i>Propuesta #3 de tobogán</i>	83
Figura 45.	<i>Propuesta # 4 de tobogán</i>	84
Figura 46.	<i>Propuesta # 5 de tobogán</i>	85
Figura 47.	<i>Propuesta # 6 de tobogán</i>	86
Figura 48.	<i>Propuesta #7de tobogán</i>	86
Figura 49.	<i>Propuesto #8 de tobogán</i>	87
Figura 50.	<i>Propuesta #9 de tobogán</i>	88
Figura 51.	<i>Propuesta #10 de tobogán</i>	88
Figura 52.	<i>Propuesta #11 de tobogán</i>	89
Figura 53.	<i>Propuesta SPA para área de masajes corporales dentro del Parque Acuático</i>	91
Figura 54.	<i>Propuesta de hidromasaje.....</i>	91
Figura 55.	<i>Propuesta baños de cajón.....</i>	92
Figura 56.	<i>Propuesta de Bacht (Biorreactor continuo industrial) para tratamiento de agua del Parque Acuático Buena Ventura.....</i>	94
Figura 57.	<i>Propuesta para el proceso de tratamiento, uso y circulación de agua después de pasar por la purificación mediante el batch.....</i>	94
Figura 58.	<i>Diseño planimétrico del Parque Acuático Buena Ventura</i>	107
Figura 59.	<i>Logotipo Parque Acuático</i>	139
Figura 60.	<i>Uniformes de todo el personal del Parque Acuático Buena Ventura</i>	141
Figura 61.	<i>Menaje de toallas para clientes de SPA.....</i>	142

Figura 62.	<i>Identificación de los colaboradores del Parque Acuático</i>	143
Figura 63.	<i>Pulseras para identificación de consumo preferente por los clientes</i>	143
Figura 64.	<i>Propuesta de señalética dentro de las instalaciones del Parque Acuático Buena Ventura</i>	145
Figura 65.	<i>Organigrama Parque Acuático Buena Ventura</i>	146
Figura 66.	<i>Definición Naturaleza de la empresa</i>	149
Figura 67.	<i>Obligaciones del Empresario</i>	150
Figura 68.	<i>Obligaciones del empresario con personal bajo relación de dependencia</i>	150
Figura 69.	<i>Habilitantes para el funcionamiento: Municipales</i>	151
Figura 70.	<i>Habilitantes para el funcionamiento: Intelectuales, Sanitarios, Arrendamiento mercantil</i>	151
Figura 71.	<i>Habilitantes para el funcionamiento: Turísticos y Ambientales</i>	152
Figura 72.	<i>Paquetes de Oferta Full Day familiar para 4 personas</i>	153
Figura 73.	<i>Ofertas por Carnaval</i>	155
Figura 74.	<i>Oferta por día de San Valentín</i>	155
Figura 75.	<i>Descuentos por Black Friday</i>	156
Figura 76.	<i>Oferta por el día del Niño</i>	156
Figura 77.	<i>Oferta por día de la Madre</i>	157
Figura 78.	<i>Oferta por el día del Padre</i>	157
Figura 79.	<i>Canal de distribución directo</i>	158
Figura 80.	<i>Página Web Parque Acuático</i>	159
Figura 81.	<i>Página de Facebook del Parque Acuático</i>	160
Figura 82.	<i>Página de Instagram del Parque Acuático</i>	160
Figura 83.	<i>Página de Tik Tok del Parque Acuático</i>	161
Figura 84.	<i>Canal de distribución indirecto</i>	161
Figura 85.	<i>Impactos generados en la etapa de Construcción.</i>	181
Figura 86.	<i>Impactos generados en la etapa de Operación</i>	181

Figura 87.	<i>Cantidad de impactos generados por cada actividad.....</i>	182
Figura 88.	<i>Representación del punto de equilibrio del Parque Acuático Buena Ventura</i>	199

RESUMEN EJECUTIVO

El Parque Acuático Buena ventura se encontrará ubicado en la parroquia de Imbaya, cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura, este establecimiento turístico está conformada por cinco personas conformando una sociedad por acciones simplificadas, donde se aprecia actividades recreativas de interacción acuática como principal producto, piscinas, simulador de surf, río lento, toboganes sencillos y extremos, espejo de agua para niños, además de tener otras actividades como: SPA, espacios verdes, juegos de mesa, sauna, turco, locales de comida, venta de artículos de vestimenta. Para la construcción investigativa del emprendimiento se usó herramientas como encuestas y entrevistas para recolección de datos, conociendo así los gustos y preferencias de los turistas, además de conocer la competencia directa e indirecta. El Parque Acuático va dirigido a todas las personas nacionales y extranjeros ya sean niños, jóvenes, adultos y adultos mayores. Para cumplimiento en el desarrollo del emprendimiento se constató un área organizativa y administrativa donde se estableció la misión, visión, valores, políticas, imagen corporativa, marca de la empresa, publicidad, marketing, canales de distribución, lo cual se alcanzará con su cumplimiento gracias a la ayuda de todos los colaboradores y socios del negocio. Para el desarrollo del proyecto se realizó un estudio económico y financiero donde se demuestra que es necesaria una inversión de \$1.114.620, donde tendrá un flujo acumulado anual de \$194.861,97 durante su etapa de funcionamiento tras haber restado los respectivos egresos a pagar, en lo cual se espera tener una buena acogida por parte de los turistas ya que se está inyectando un buen capital en el tema de marketing y publicidad, teniendo una acogida de 5.000 turistas al mes, esto con un incremento del 5.47% por año consecutivo. Para finalizar se considera el VAN con un dato económico de \$516.937,63 recuperando así el valor de inversión y alcanzando el punto de equilibrio en el sexto año de funcionamiento, además de tener un TIR de 16.47% superando al costo de capital con un 7.92% demostrando así la rentabilidad y factibilidad financiera del proyecto.

Palabras clave: parque acuático, emprendimiento, interacción acuática, recreación, proyecto

ABSTRACT

The Buena Ventura Water Park is located in the Imbaya Parish, Antonio Ante Canton, Imbabura Province. This tourist establishment is formed by five people who make a society by simplified actions, where recreational activities of aquatic interaction are appreciated as main product, swimming pools, surf simulator, slow river, simple and extreme slides, water mirror for children, besides having other activities such as: SPA, green spaces, board games, sauna, Turkish, food outlets, sale of clothing items. For the research, tools such as surveys and interviews were used to collect data to know the tastes and preferences of tourists as well as the direct and indirect competition. The Water Park is aimed at nationals and foreigners, whether they are children, youth, adults and seniors. In order to comply with the development of the enterprise, an organizational and administrative area was established and administrative area where the mission, vision, values, policies, corporate image, company brand, advertising, marketing, distribution channels were established, which will be achieved thanks to the help of all the collaborators and partners of the business. For the development of the project an economic and financial study was carried out where it was demonstrated that an investment of \$1,114,620 is necessary; it will have an annual accumulated flow of \$194,861.97 during its operation stage after having subtracted the respective outgoings to be paid; it is expected to have a good reception by the tourists since a good capital has been being injected in marketing and advertising issues, having a reception of 5,000 tourists per month, this with an increase of 5.47% per consecutive year. Finally, the NPV was considered with an economic data of \$516,937.63, thus recovering the investment value and reaching the break-even point in the sixth year of operation, besides having an IRR of 16.47%, exceeding the cost of capital with 7.92%, thus demonstrating the profitability and financial feasibility of the project.

Keywords: aquatic park, entrepreneurship, aquatic interaction, recreation, project.

UNIDAD 1. IDEA DE NEGOCIO

1.1 Determinación de la idea de negocio

Para la determinación de la idea de negocio se aplicó una lluvia de ideas de posibles emprendimientos a desarrollar para facilitar el inicio de un nuevo proyecto a realizar. Se propuso diferentes destinos por la semejanza de problema principal que tienen todos estos lugares. Después de haber comprendido la problemática, se dio a conocer las siguientes ideas:

Tabla 1. *Desarrollo de idea de negocio*

IDEA	CRITERIO ECONOMICO (rango 1-5)	CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO (rango 1-5)	PROXIMIDAD DEL MERCADO (rango 1-5)	TOTAL
Hard Rock en la ciudad del Ángel	3	3	2	8
Parque acuático en la parroquia de Imbaya, cantón Antonio ante - Ecuador	3	3	4	10
Deportes de Aventura en el cantón Pimampiro	3	3	3	9
Refugio en el cantón Tulcán, cerro Chiles	3	2	2	8

Rangos para considerar	
1	Muy difícil

2	Medianamente difícil
3	Indiferente
4	Medianamente fácil
5	Bastante fácil

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

La idea de negocio escogida con resultado de rango mayor se realiza con la intención de generar mayor demanda de turistas en la parroquia de Imbaya, perteneciente al cantón Antonio Ante provincia de Imbabura, mediante el diseño de un parque acuático como actividad de recreación y ocio.

Mediante la elaboración del proyecto se pretende aprovechar el área que se encuentra un tanto alejado de la ciudad con espacios grandes, además, utilizar una vía de uso público que tiene flujo de turistas y residentes de las parroquias vecinas y por las visitas a los establecimientos lejanos de recreación. Por otro lado, generar empleo a los moradores de la parroquia tanto en la construcción como en la operación y así darles otra manera para generar ingresos y no solo la dedicación a la parte de agricultura y ganadería.

No cabe duda de que un parque acuático es una construcción alta, para ello se pretende realizarlo con la mínima intención de perjudicar la naturaleza propia y generar una recuperabilidad en las áreas que serán afectadas por el cambio de uso de suelo. Además de lo anteriormente descrito, proponer la idea de nuevos negocios en la parroquia para rehacer un destino turístico que presente actividades abiertas al público y no solo privadas como es el caso actual.

1.2. El problema

1.2.1 Enunciación del problema

Escases de sitios de entretenimiento para el aprovechamiento de habitantes y visitantes en el cantón Antonio Ante, parroquia de Imbaya.

Imbaya es una parroquia rural perteneciente al cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura que limita al norte con el cantón Urcuquí, al sur con la parroquia de San Antonio, al este con el cantón Ibarra y al oeste con la parroquia de San José de Chaltura, en lo cual se puede llegar con facilidad ya sea en transporte público o privado, es una localidad donde los moradores en gran parte se dedican a las actividades del campo, además se centran normalmente en procesos recreativos clásicos o comunes, con el fin de crear actividades que unan a la comunidad, fomentando la integración y buscando entornos saludables, pero que posee limitados sitios de entretenimiento que genere motivación a los turistas a visitar la parroquia, siendo una zona de paso y no de atracción.

Imbaya, un lugar hermoso con bastante espacios verdes cuenta con habitantes que son amables entre ellos y con las personas de otras ciudades, donde existen personas que tienen haciendas, hosterías, quintas, que pueden generar turismo, sin embargo estos sitios son de carácter privado, es decir, solo para uso de las familias de los dueños del lugar, con esto se quiere llegar al punto de que Imbaya es un área geográfica que puede llegar a ser potencial por los recursos disponibles, pero no hay una intención o gente que motive a tomar la decisión de convertir a la parroquia en un destino turístico.

1.2.2 Planteamiento del problema

Las causas y los efectos encontrados entorno a la problemática parte desde el desconocimiento técnico de la población local sobre los beneficios que genera un emprendimiento turístico, puede ser desde el ámbito de orientación de los funcionarios públicos de la zona como también de parte individual de cada morador que reside en la parroquia, generando limitadas propuestas de

nuevos emprendimientos turísticos en la parroquia de Imbaya, cantón Antonio Ante.

Otro posible punto para considerar que se presenta en el sector es que la parroquia de Imbaya no cuenta con suficientes profesionales con conocimiento en el tema turístico, posiblemente por desinterés u otros factores, que se debe a una deficiente formación o preparación académica por parte de los habitantes, esto ha dado como consecuencia la ausencia de proyectos planteados para el desarrollo turístico o aprovechamiento de sitios turísticos y ocasionando apreciaciones no tan llamativas del lugar para los visitantes.

La parroquia de Imbaya cuenta con habitantes locales que se dedican a la operación agropecuaria, siendo su actividad diaria para subsistir, tanto ganadera como agrícola, obteniendo ingresos moderados, esto se puede dar porque los pobladores priorizan las actividades que existen en la parroquia antes que tomar en cuenta nuevos proyectos o emprendimientos, provocando que la población no disponga de la capacidad de invertir para la construcción de establecimientos relacionados al tema de turismo.

Conforme a las causas y efectos planteados anteriormente, se puede concluir como efecto final que la parroquia de Imbaya no cuenta con suficientes sitios turísticos que genere una mayor demanda turística.

Si en dado momento el proyecto se empieza a poner en marcha se obtendrá un aumento de demanda en el sector turístico dentro de la parroquia de Imbaya, dando una nueva alternativa de recreación mediante la interacción de actividades acuáticas, además generando mayor promoción de la localidad rural y abriendo la opción de generar nuevos emprendimientos por parte de los pobladores para su propio beneficio, de igual manera a los negocios existentes con bajo flujo de visitantes se beneficiaran en el ámbito de reconocimiento y consumo de sus productos o servicios mejorando sus réditos económicos.

De caso contrario, si no se llega a implementar esta idea de negocio, la parroquia seguirá con una baja demanda de turistas, siendo una localidad de

paso y no de generar motivación al visitante externo a pernoctar, de igual manera los moradores no conocerían un sitio turístico innovador dentro de la parroquia, y seguirán con el desconocimiento de los beneficios de la implementación de nuevos sitios de entretenimientos turísticos.

1.2.3 Descripción de la idea de negocio

La idea de emprendimiento es un Parque Acuático en la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, parroquia de Imbaya. Esta idea nace de un problema personal encontrado en los balnearios de la provincia, tratándose de los escasos de innovación en un área recreativa húmeda, lo cual se plantea aplicar zonas que se diferencian de las piscinas en común hacia el público en general sin ofrecer servicio de alojamiento de infraestructura o aguas termales. Dentro del país no se encuentra un reglamento en específico que aborde con ciertos requisitos para su funcionamiento y construcción, sin embargo, se basa en definiciones de autores de otros países. Por lo tanto, la intención es presentar un sitio turístico en una zona que carece de establecimientos para su mismo desarrollo, donde los clientes al consumir obtengan áreas recreativas con interacción acuática, con la presentación de una gran cantidad de toboganes fuera de lo común, hasta llegar a un punto de ser un área extrema, por ello se considera el proporcionar chalecos salvavidas en la realización de algunas actividades para mayor seguridad, también incluir servicios complementarios como un salón de comidas para su correcta alimentación y descanso. Es de conocimiento que es un emprendimiento de gran costo y de un impacto ambiental grande, por eso se intenta recompensar con la idea de implementar un parque que tenga un aspecto selvático, con una temática de Hawái, con el propósito de otorgar mayor atención de los posibles clientes y dar una solución al tema de obtención de agua que sirva para cualquier uso, evitando el tratamiento con cloro. A esto se debe aplicar senderos dentro del proyecto con su respectiva señalética para su correcta orientación y así también evitar el desgaste de la flora y su consecuente contaminación de las áreas húmedas. Es un proyecto ambicioso y enorme que sin duda genera diversión y actividades de ocio para despejar la mente y pasarla bien con toda la familia.

1.2.4 Objetivos

Objetivo General

Diseñar un parque acuático en el cantón Antonio Ante, parroquia de Imbaya-Ecuador

Objetivos específicos

1. Establecer el modelo de negocio para un parque acuático en el cantón Antonio Ante, parroquia de Imbaya-Ecuador
2. Identificar la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado
3. Realizar un estudio técnico para la creación de un parque acuático en el cantón Antonio Ante, parroquia de Imbaya-Ecuador
4. Diseñar un estudio administrativo para un correcto funcionamiento del parque acuático en el cantón Antonio Ante, parroquia de Imbaya-Ecuador
5. Identificar los posibles efectos del proyecto mediante un estudio de impacto ambiental.
6. Determinar la factibilidad del proyecto mediante un estudio financiero

1.2.5 Modelo de Negocio

Con el modelo lienzo canvas se pretende dar a conocer una propuesta de valor donde se muestra las posibles maneras de generar ingresos con los recursos disponibles. Además, demostrar las actividades a presentar al público con el posible destacamiento de otros sitios turísticos similares que se debe considerar para la puesta en marcha del proyecto

Tabla 2. Modelo Lienzo Canvas

PARQUE ACUÁTICO – MODELO DE NEGOCIO LIENZO CANVAS				
Asociaciones claves	Actividades claves	Propuestas de valor	Relaciones con clientes	Segmento de mercados
<ul style="list-style-type: none"> Operadoras de turismo Agencias de viajes Inversionistas nacionales o extranjeros 	<ul style="list-style-type: none"> Brindar variedad de actividades recreativas, áreas verdes, área de juegos de mesa. Implementos extravagantes como: toboganes de mayor longitud, variedad de infraestructura: turco, SPA piscinas amplias, etc. Servicios de alimentación 	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia diferente hacia las familias. Tendrá un ambiente con espacios naturales, con introducción de nueva flora que no es nativa de la zona. Correcta Higiene en las áreas recreativas húmedas Zonas recreativas innovadoras para mayor interacción y deleite. Área de juegos seguras para todas las edades dentro del segmento de mercado. Ambiente temático para agrado de niños y jóvenes 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas realizadas postventa para conocer su opinión del negocio Promociones a través de redes sociales. Membresías a clientes 	<ul style="list-style-type: none"> El segmento de mercado está dirigido para niños, jóvenes, adultos y personas de tercera edad, en un rango de 4 a 60 años. Turistas nacionales y extranjeros
	<p><i>Recursos claves</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Presupuesto asignado Personal capacitado en construcciones acuáticas Redes sociales Infraestructura segura y amplia Internet banda ancha, WIFI Capacitación continua 		<p><i>Canales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Mediante redes sociales como: Facebook, Tik tok, Instagram Página Web Difusión mediante canales de Radio: "exa"; "canela" Convenio con posibles influencers para publicidad de negocio mediante canje 	
	<p><i>Estructura de costos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Costo del personal administrativo y operativo. Costos de marketing y publicidad. Costos de alimentación Costos de diseño y construcción Costos de mantenimiento Costos de material de trabajo Costos de servicios básicos 		<p><i>Fuentes de ingreso</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Venta de boletos para ingreso de adultos y niños Alquiler de locales para prestar servicio de comida. Venta de accesorios acuáticos Venta de servicios de SPA Venta de producto de baños de cajón Venta de boletos para uso del simulador de surf Venta de boletos para uso de río lento 	

Nota: elaborado por los autores, 2023.

En el cuadro anterior se propone la idea de negocio de un Parque Acuático aplicada al modelo de negocio lienzo canvas, donde entre las asociaciones clave se prevé tomar en cuenta a operadoras de turismo y agencias de viajes con el propósito de generar alianzas que incluyan dentro de sus paquetes turísticos la empresa a desarrollar para optimizar el negocio. Así mismo, los inversores que proporcionan los recursos económicos y logísticos claves para poder ofrecer nuestro producto final. Brindar es la variedad de actividades recreativas acuáticas para mayor disfrute de las personas, no solo piscinas generales, implementos extravagantes como: toboganes de mayor longitud, turco, áreas verdes, áreas de juego de mesa, SPA, baños de cajón.

El servicio de restaurante para satisfacer la necesidad de alimentación de la gente, donde no será administrado por los inversores, más bien se construirá los espacios para brindar este servicio, pero por personas que deseen trabajar y ofrecer comida dentro del establecimiento. Para ello los recursos claves ingresan lo que es el presupuesto para la construcción, personal capacitado en construcciones acuáticas, redes sociales para la pre-promoción del negocio, una Infraestructura segura y amplia, internet banda ancha para la comunicación y promoción de parte de los clientes y la capacitación continua de empleados para dar o mejorar el servicio. Los productos y servicios que crean valor son las experiencias diferentes brindadas hacia las familias, con un ambiente con espacios naturales, con introducción de nueva flora para ambientar y recuperar la naturalidad de la zona, correcta Higiene, zonas recreativas innovadoras para mayor interacción y deleite, área de juegos seguras para todas las edades dentro del segmento de mercado.

Para la relación con los clientes se pretende llegar mediante canales de radio como: "exa" o "radio canela" para ser reconocidos, mediante las redes sociales y membresías a clientes fidelizados con el producto que se brinda. comunicarse mediante las redes sociales en su mayoría porque la gente se comunica más por medios online y conocen nuevos servicios, emprendimientos y noticias a su alrededor. De igual manera, relacionarnos con los clientes de manera de post venta, para saber que tal fue nuestro servicio y en que podemos mejorar. El parque acuático va dirigido a un segmento de mercado

mayoritario de 4 a 60 años, ya sean turistas nacionales o extranjeros. Este proceso lleva una gran cantidad de costes como son: costo del personal administrativo y operativo, marketing y publicidad, alimentación, costos de infraestructura, costos de mantenimiento, costos de material de trabajo, costos de servicios básicos, que son necesarios para el funcionamiento de dicho negocio. Pero a su vez, los ingresos generados serán por los productos del valor de ingreso para niños y adultos, el valor por el uso del simulador de surf, uso por el río lento, la adquisición de los productos y servicios de SPA, los baños de cajón, la venta de artículos y los ingresos por parte de los arrendatarios de los locales de comida.

1.2.6 Descripción del modelo de negocio aplicado al emprendimiento

Existe varios tipos de modelo de negocio, sin embargo se ha escogido el modelo E-Commerce o comercio electrónico, ya que se apega a las características de venta del proyecto a desarrollar. Consta de la promoción y comercialización de los productos y servicios mediante plataformas o medios digitales, por ello se conlleva la creación de una página web para que los futuros clientes puedan consumir un producto que les sea de su agrado, más aun con la inclusión de artículos como son los trajes de baño, pantalonetas, vividis , bolsos, tomatodos, peinillas, gorras etc., o simplemente se informen sobre la diversificación que posee el negocio en actividades de recreación o posibles promociones que se tengan por fechas limitadas.

Además de la creación de las redes sociales para no solo promocionar la existencia del parque acuático sino también para interactuar con los clientes de manera directa y atender cualquier duda o inquietud que tengan, ya que este modelo de negocio conlleva características como la ampliación a un público infinito, esto quiere decir que puede llegar el negocio a oídos de varios consumidores a nivel nacional e internacional.

UNIDAD 2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Diseño de la investigación

Para Laura Ruiz la definición de diseño de investigación es “un conjunto de técnicas y métodos que escoge un investigador para llegar a realizar un experimento o un proyecto de investigación. Se trata de una serie de pasos que sirven como guía al investigador” (Mitjana, 2019).

Todo tiene un proceso para lograr un objetivo planteado, para esto es mejor detallar una guía que como investigador que nos ayuda en nuestro estudio meta. El diseño de la investigación nos permite llegar a los resultados deseados o esperados con la utilización de técnicas que nos facilite el proceso y determinación de objetivo a cumplir, con ciertas reglas o pasos a seguir.

2.1.1 Tipos de Investigación

Investigación de Mercado

El tipo de investigación de mercado según Myriam Quiroa es “un proceso utilizado para resolver problemas entre la empresa y sus mercados, mediante la búsqueda y el análisis de información. Por esa razón, las empresas continuamente deberán realizar procesos de investigación de mercado, dado que esto le permite saber cómo responder a los cambios de gustos, preferencias y al comportamiento del mercado en general” (2019).

Una idea de negocio grande como lo es un parque acuático requiere información exacta sobre los gustos de los clientes, por eso se pretende aplicar esta investigación para conocer las preferencias de los posibles consumidores al momento de utilizar el producto ofrecido por un balneario o establecimientos que involucren actividades acuáticas, y así implementar varias zonas que sean de agrado para el consumo, como puede ser la presencia de sauna, turco, hidromasaje, toboganes extremos, piscinas de mayor altura, servicios adicionales, etc.

Investigación Descriptiva

Según Enrique Arias “La investigación descriptiva analiza las características de una población o fenómeno sin entrar a conocer las relaciones entre ellas” (2021).

En cambio, Tatiana Mejía nos menciona que “La investigación descriptiva es un tipo de investigación que se encarga de describir la población, situación o fenómeno alrededor del cual se centra su estudio. Procura brindar información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde, relativo al problema de investigación, sin darle prioridad a responder al “por qué” ocurre dicho problema” (2020).

Para el proyecto a plantear sobre el parque acuático se aplicará la investigación descriptiva, que permitirá aclarar o describir el segmento de mercado meta que consume balnearios, saber los datos sociodemográficos de cada encuestador, y por otro lado nos beneficia identificando el comportamiento de consumo que tiene este segmento mediante la observación de los resultados y el respectivo análisis de dichas respuestas al momento de comprar o adquirir el producto que se pretende ofertar al público.

2.1.2 Métodos

Método Comparativo

Enrique Rus Arias nos menciona que el método comparativo es “una forma de generar o refutar teorías e hipótesis que utiliza comparaciones basadas en procedimientos análogos a los del método científico. Por tanto, lo que persigue es probar la validez de argumentos utilizando la ciencia y el estudio de semejanzas y diferencias” (Arias E. R., 2020).

El fin de utilizar este método es para comparar el proyecto a desarrollar con otras empresas que ya están en funcionamiento con relación a la prestación de servicios en áreas recreativas húmedas, para conocer las diferencias y similitudes que tendrá la idea de negocio a implementar. Así se

obtendrá información que nos servirá para conocer los servicios o productos que el parque acuático tendrá como propuestas de valor o actividades plus que nos optimice la demanda de mercado.

2.1.3 Técnicas e Instrumentos

Encuesta

Guillermo Westreicher nos define la encuesta como “un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Para ello, se elabora un cuestionario, cuyos datos obtenidos será procesados con métodos estadísticos” (2020).

En cambio, el Equipo Editorial nos menciona que la encuesta es “un tipo de instrumentos de recopilación de información, que consisten en un conjunto prediseñado de preguntas normalizadas, dirigidas a una muestra socialmente representativa de individuos, con el fin de conocer sus opiniones o visiones respecto de alguna problemática o asunto que les afecta” (2021).

La técnica para la recolección de datos que se plantea desarrollar es la encuesta, con la utilización del instrumento de un cuestionario con preguntas concentradas en las preferencias de destinos turísticos visitados y las condiciones de los balnearios visitados, que servirá para recoger información donde nos determinen resultados verídicos del segmento de mercado y las preferencias de consumo al momento de adquirir un servicio o producto relacionado al parque acuático o balnearios mediante los cruces de variables, que a su vez nos determinan otro punto de análisis a las respuestas obtenidas de los encuestadores.

2.1.4 Tipo de Muestreo y cálculo de la muestra

Muestreo no Probabilístico

En el muestreo no probabilístico, Guillermo Westreicher nos enfatiza que es “aquel donde no todos los sujetos de la población estadística tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte del estudio que se está desarrollando” (2022).

Este tipo de muestreo se aplicará a la idea de negocio ya que tiene el beneficio de no desgastar recursos ni tiempo para cada encuesta que se aplicara, dando el beneficio de hacerlo de manera online. Esto se aplica también por el motivo que se considera que nuestro posible mercado puede ser de las provincias de Pichincha y Carchi, y no solo de Imbabura. Esto se realiza por lo que no se pudo obtener el registro de ingresos de turistas a la parroquia de Imbaya, de lo contrario se ocupara el muestreo no probabilístico.

Muestreo por Bola de Nieve

El muestro no probabilístico por Bola de Nieve según Carlos Ochoa “es una técnica de muestreo no probabilística en la que los individuos seleccionados para ser estudiados reclutan a nuevos participantes entre sus conocidos. El nombre de "bola de nieve" proviene justamente de esta idea: del mismo modo que una bola de nieve al rodar por una ladera se va haciendo más y más grande, esta técnica permite que el tamaño de la muestra vaya creciendo a medida que los individuos seleccionados invitan a participar a sus conocidos” (2015).

Para el proyecto a plantear al público se escogió este muestreo, ya que por la razón antes mencionada sobre el registro de turistas que ingresan a Imbaya no lo tiene ni la parroquia ni el cantón, entonces se decidió las posibles provincias que sean nuestro mercado consumidor. Para ello aplicamos el muestreo no probabilístico Bola de Nieve, con la intención de no realizar las encuestas personas escogidas aleatoriamente, sino que realizar las encuestas a personas que generen ingresos por lómenos un básico, ya que ellos tienen

mayores oportunidades de pagar por los servicios o productos de recreación. Entonces se pretende ocupar personas que tengan amistades o conocidos con el mismo rango de estadía económica o superior, y así obtener resultados más aceptables.

Cálculo de la muestra

En el emprendimiento de Parque Acuático se ubicará en la parroquia de Imbaya, que pertenece a la provincia de Imbabura, los territorios mayormente probables que consuman serán de poblaciones próximas, sabiendo que la provincia de Pichincha tiene una población de 3,228.233 habitantes, la provincia de Imbabura con 476.257 pobladores y la provincia del Carchi con 186.869 habitantes, en total general de la población será de 3,891.359 habitantes; entre ellas la provincia de Pichincha que cuenta con una población económicamente activa de 1,309.182, la provincia de Imbabura cuenta con PEA de 187.353 y la provincia de Carchi con una PEA de 76.802, en total general es de 1,573,337 de las tres provincias. La población económicamente activa es de aproximadamente del 46% en Ecuador, por lo que la población para el cálculo de la fórmula será de 1,790.025 que es el 46% de los 3,891.359 habitantes nacionales.

Fórmula para el cálculo de la muestra de la población finita.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + 1.96^2 * p * q}$$

Simbología:

N = población

n = muestra

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

z = nivel de confianza

e = margen de error

Donde:

$N = 1,790.025$

$p = 0,5$

$q = 0,5s$

$z = 95\% = 1.96$

$e = 5\%$

Total = 385 encuestas

2.1.5 Instrumentos de recolección

Según Arias “los instrumentos son cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar la información. Entre los cuales se pueden mencionar: los cuestionarios, entrevistas y otros” (2006).

Para Luis Arteaga “Un instrumento de recolección de datos es en principio cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información” (2015).

El uso de los instrumentos de recolección es sumamente importante para una investigación, donde los resultados nos brindaran un criterio para poder desarrollar el proyecto. A través del instrumento escogido, se ha obtenido los resultados de gustos y preferencias mediante el análisis del segmento de mercado y el comportamiento del consumidor, para ir modificando y acoplado el proyecto a los datos reales del publico encuestado.

Resultados

Después de la aplicación de la técnica de recolección de información encuesta al público, se presenta graficas que detallan las frecuencias y el cruce de variables entre las preguntas que se utilizo en el cuestionario, donde se tiene los siguientes resultados:

Figura 1. Frecuencia: Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?



Análisis

La grafica nos indica que, sobre el público encuestado de las provincias de Pichincha, Carchi e Imbabura tiene preferencia o motivación por consumir un producto de entretenimiento acuático sobre los demás productos sitios turísticos. Aunque no tenga la demanda mayoritaria, se aprecia un porcentaje aceptable con comparación de las demás actividades turísticas, en un rango de destinos mayormente visitados como es el turismo en playas.

Figura 2. Cruce de variables: Edad – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?

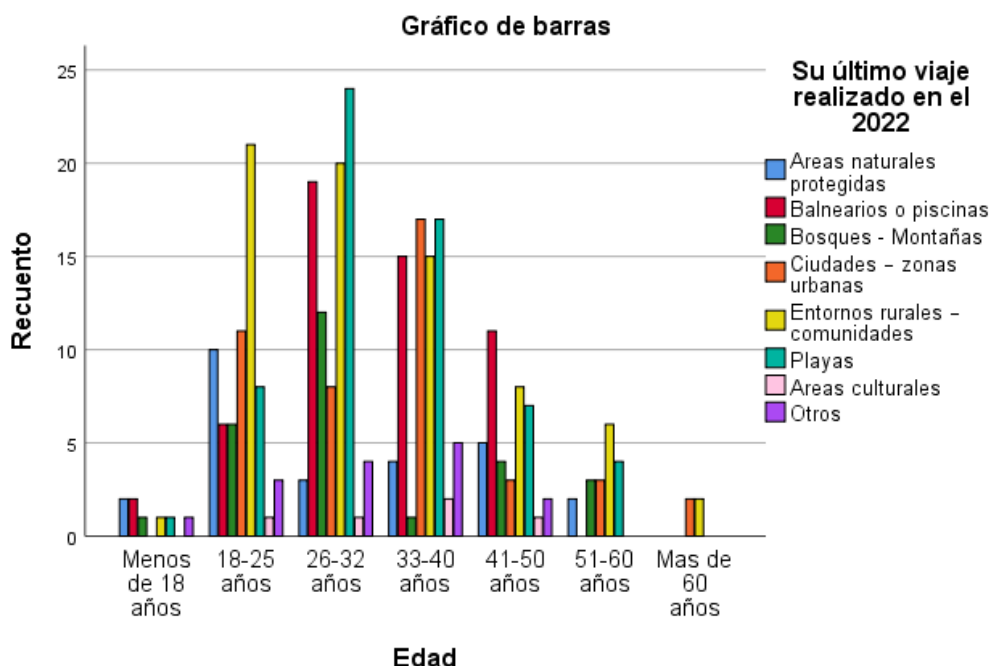
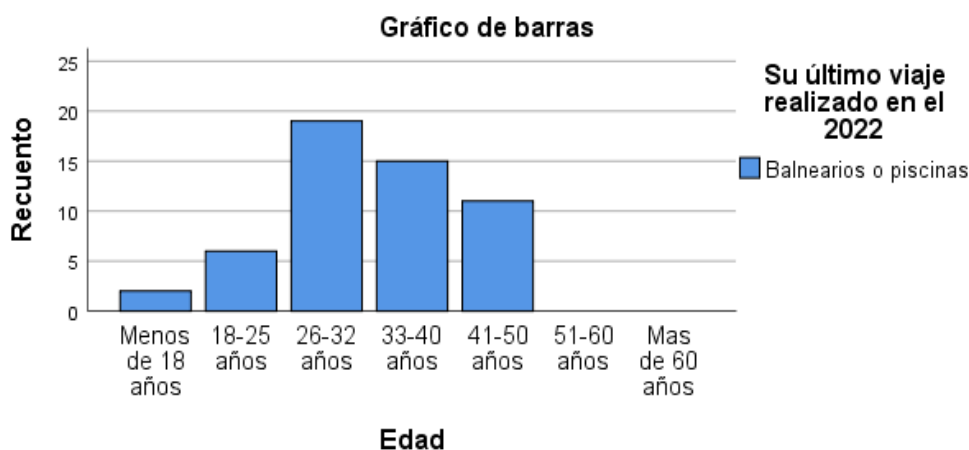


Figura 3. Cruce de variables: Edad – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?



Análisis

En las figuras 2 y 3 sobre el rango aplicado de edad, el segmento en la gráfica aplica desde los 26 a 50 años con preferencia en consumir un balneario con el 85% de todo el público encuestado. Sin embargo, se aprecia que el rango de edad de 18 a 25 años tiene una preferencia mínima, por lo que no se escogió como rango de edad potencial al servicio a ofrecer, esto puede ser por

posible falta de ingresos estables, ya que en esta edad se aprecia a personas con ocupación estudiantil. Cabe recalcar que el rango de mayor de 51 años no necesariamente no prefiere consumir dicho producto, sino que no fue un público encuestado mayoritariamente.

Figura 4. Cruce de variables: Género – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?

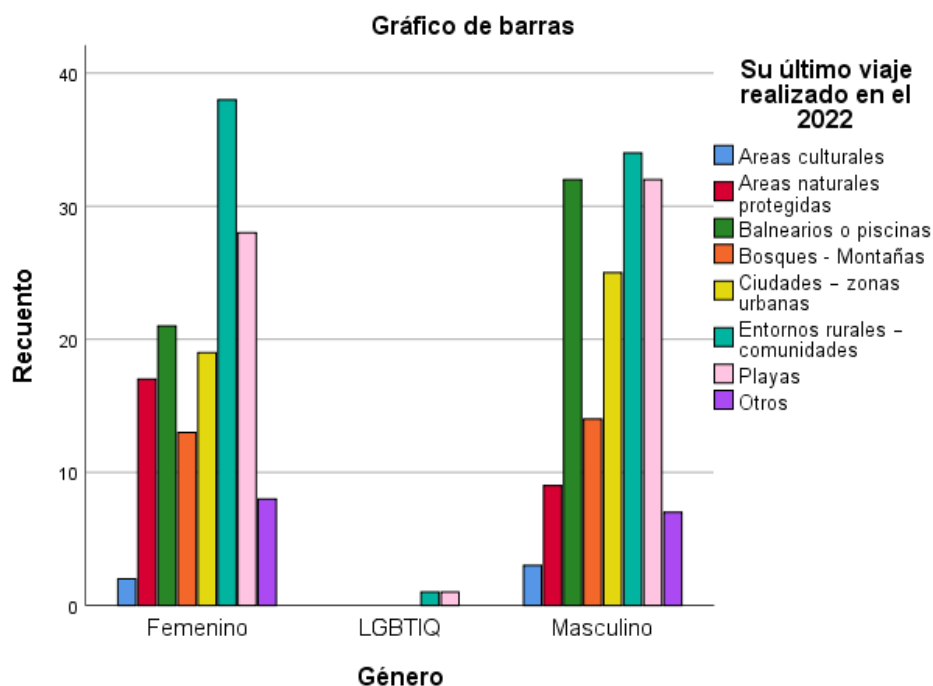
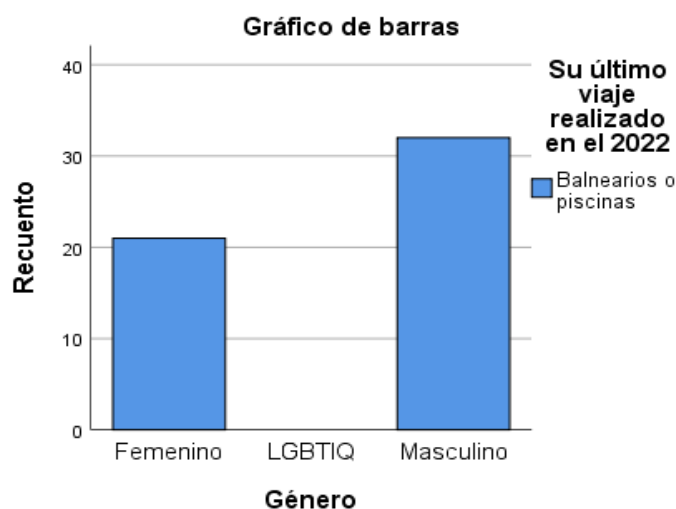


Figura 5. Cruce de variables: Género – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?



Análisis

En las figuras 4 y 5, sobre el género del público encuestado se puede analizar que los hombres son más propensos a consumir un balneario con el 60.3% y las mujeres se quedan con el 39.6%. Sin embargo, este dato es equitativo al momento de recibir turistas al establecimiento, tanto el género masculino y femenino optan por visitar un centro acuático para realizar actividades de ocio.

Figura 6. Cruce de variables: Estado Civil – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?

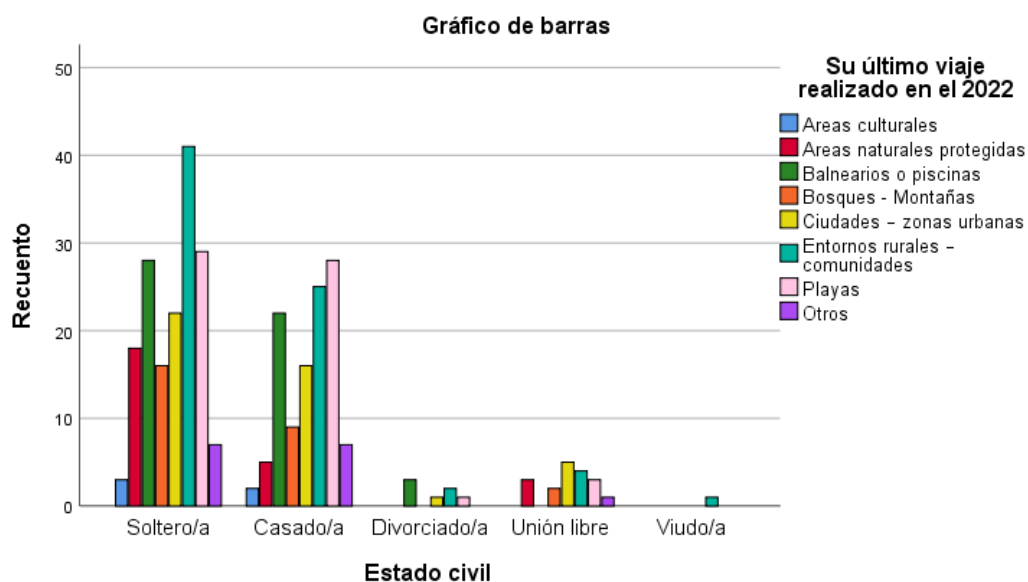


Figura 7. Cruce de variables: Estado Civil – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?



Análisis

En las figuras 6 y 7 indistintamente se aprecia que optan por consumir un balneario las personas solteras y casadas con 94.3%. De igual manera cabe recalcar que las personas de estado civil divorciado/a, unión libre y viudo/a no tienen aportes de que consumen un balneario por lo que no fueron mayoritaria o parcialmente encuestados como los demás estados civiles. Ahora, al momento que el establecimiento inicie a recibir turistas, este resultado no será de gran diferencia o aporte, cualquiera que sea el estado civil tienen una demanda para consumir un balneario.

Figura 8. *Cruce de variables: Ocupación – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?*

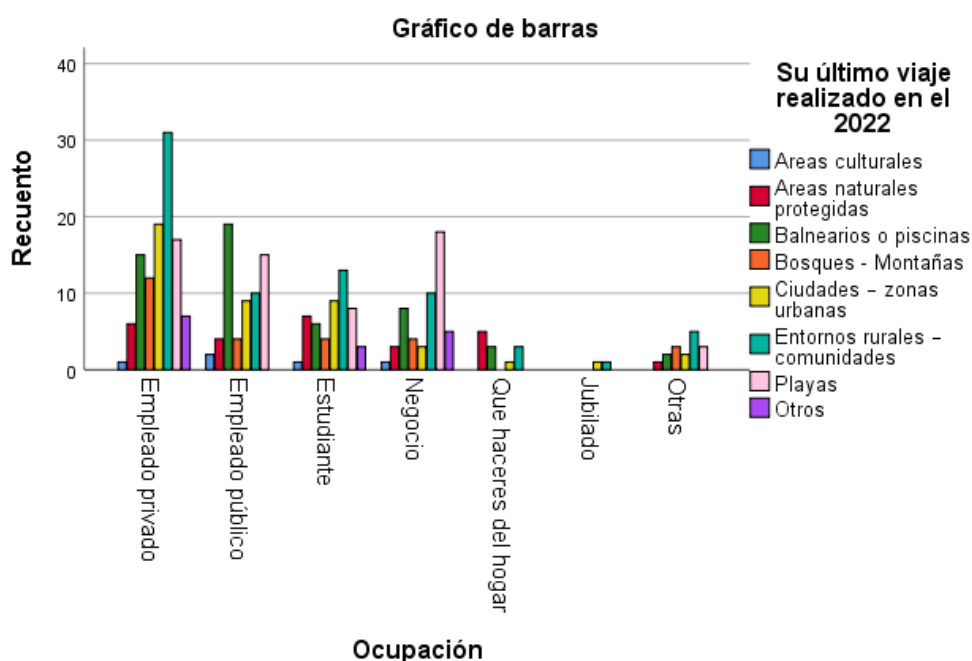
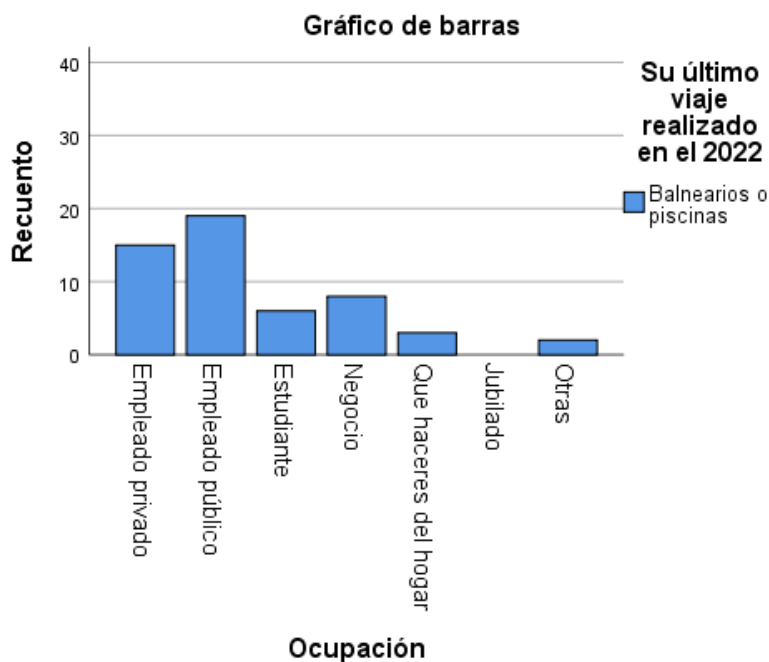


Figura 9. Cruce de variables: Ocupación – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?



Análisis

De igual manera en las figuras 8 y 9, se observa la mayor apreciación por visitar un centro de entretenimiento acuático son las personas que tienen un empleo en el servicio público y privado con 64.1%, seguido de los ciudadanos que tienen a disposición un negocio propio con el 15%. En las demás ocupaciones se examina un resultado un tanto parcial de las personas encuestadas, esto puede ser por la menor preferencias del publico o por la falta de aplicación del cuestionario a las personas que tengan las demás ocupaciones.

Figura 10. Cruce de variables: Ingresos – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?

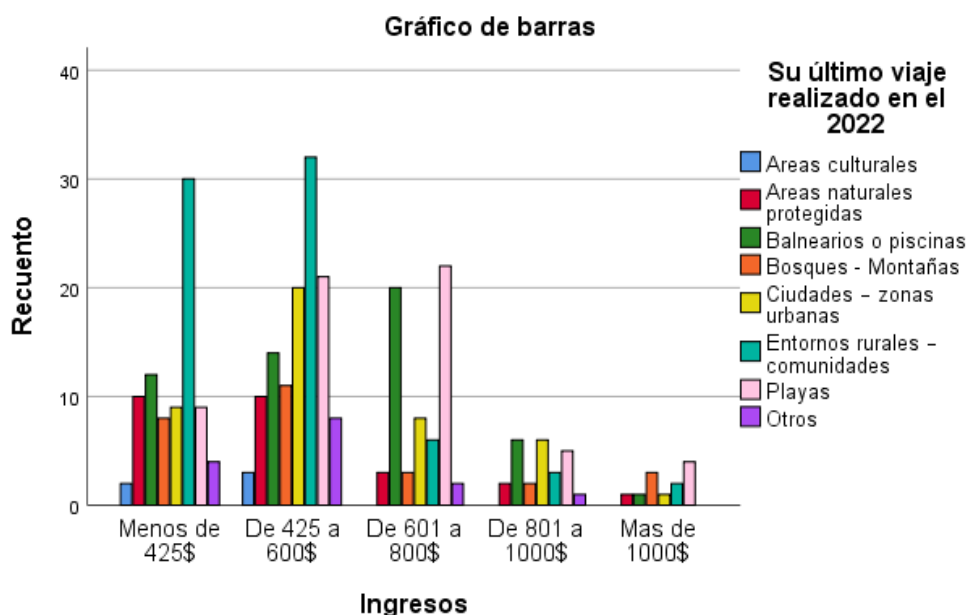
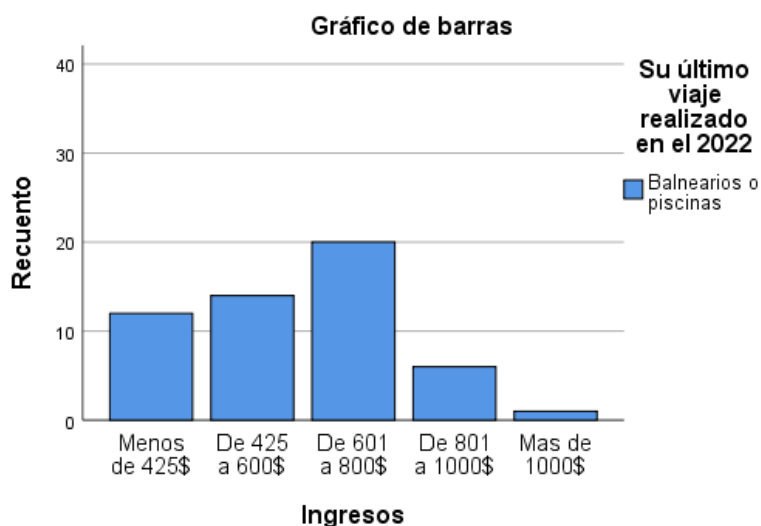


Figura 11. Cruce de variables: Ingresos – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?



Análisis

Los resultados de las gráficas 10 y 11 indican sobre las personas que generan ingresos dentro de un sueldo menor a un básico hasta 800 dólares prefirieron pagar por un servicio de ocio o recreación, que corresponde al 86.8%, que en este caso es de entretenimiento acuático. Sin embargo, no se toma en cuenta a las personas que generan ingresos menores a un sueldo

básico, por el motivo de posible dependencia familiar de los estudiantes que son un porcentaje aceptable, posiblemente consuman centros acuáticos, pero en la gráfica de la figura 9 se aprecia a los estudiantes con preferencia mayor en visitar áreas de entornos rurales o comunidades, por eso se tomara en cuenta a el 64.16% de público encuestado que generan ingresos entre 425 hasta 800 dólares.

Figura 12. *Frecuencia: Durante el año 2022, ¿Cuántas veces ha visitado un balneario?*



Análisis

Tras los resultados obtenidos de los encuestadores de las provincias de Imbabura, Pichincha y Carchi, en la figura 12 se analiza que el 84.9% han consumido mínimo una vez un producto de entretenimiento acuático durante el año 2022. Dando a conocer que un balneario tiene una demanda considerable durante un año, creando un posible análisis positivo sobre la factibilidad del estudio que está puesto en marcha en el proyecto.

Figura 13. Cruce de variables: ¿Con quién estuvo acompañado/a la última vez que visitó un balneario? – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?

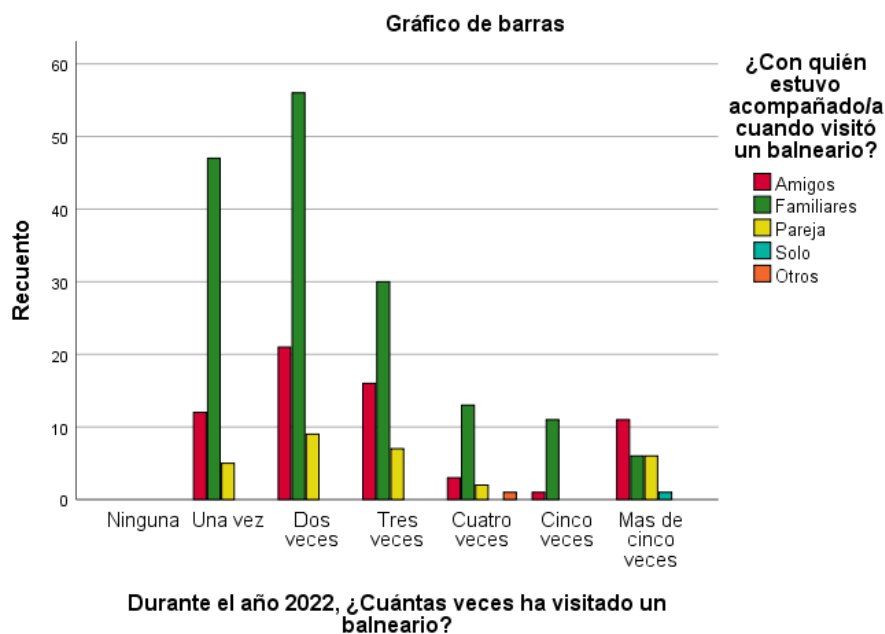
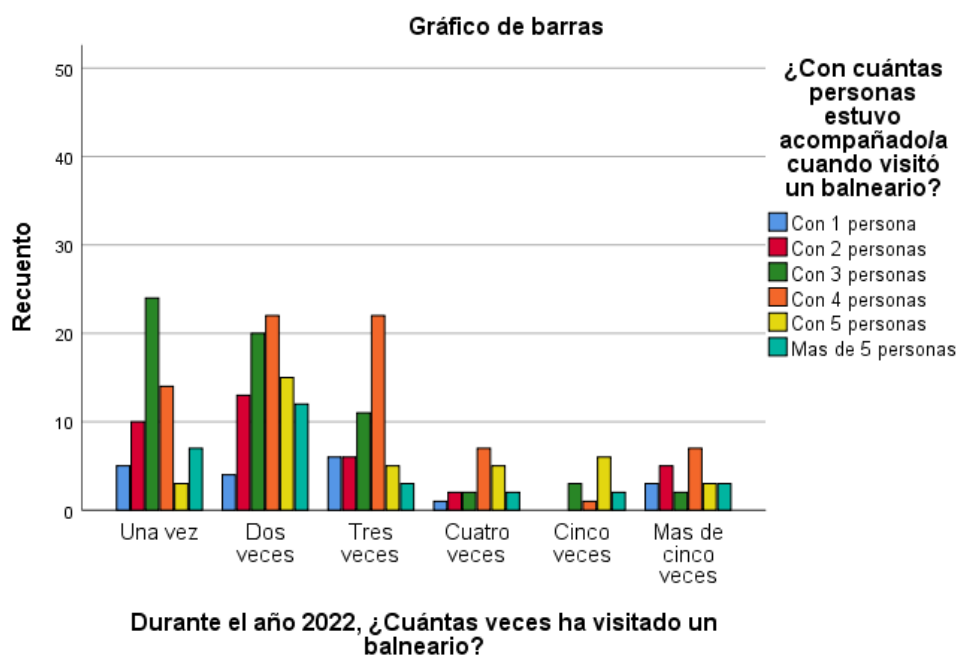


Figura 14. Cruce de variables: ¿Con cuántas personas estuvo acompañado/a en la última vez que visitó un balneario? – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?



Análisis

En los gráficos 13 y 14, las personas que viajaron a un balneario durante el año 2022, aunque sea una sola vez, tienen mayor tendencia a viajar con familiares, ya sean tíos/as, hijos/as, sobrinos/as, primos/as, papás, mamás, etc., esto lo llevan a cabo con un indistinto número de personas. Eso quiere decir desde ir con una persona que puede ser la pareja de cada persona, como también pueden ir más de 5 personas que puede ser una familia completa.

Figura 15. Cruce de variables: ¿Cuánto fue el valor pagado por persona en el sitio de entretenimiento acuático? – Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?

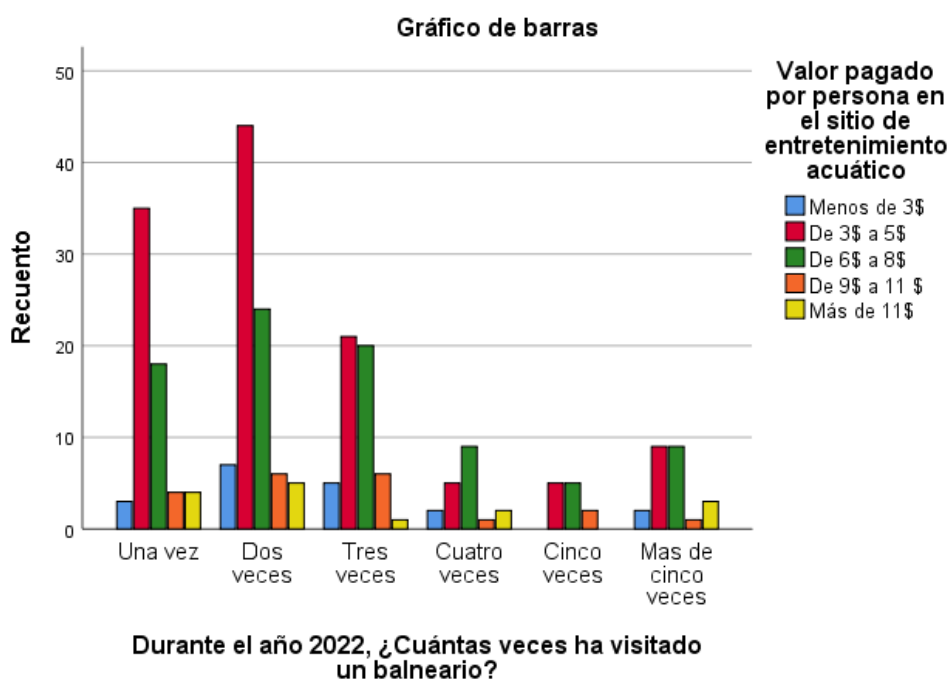
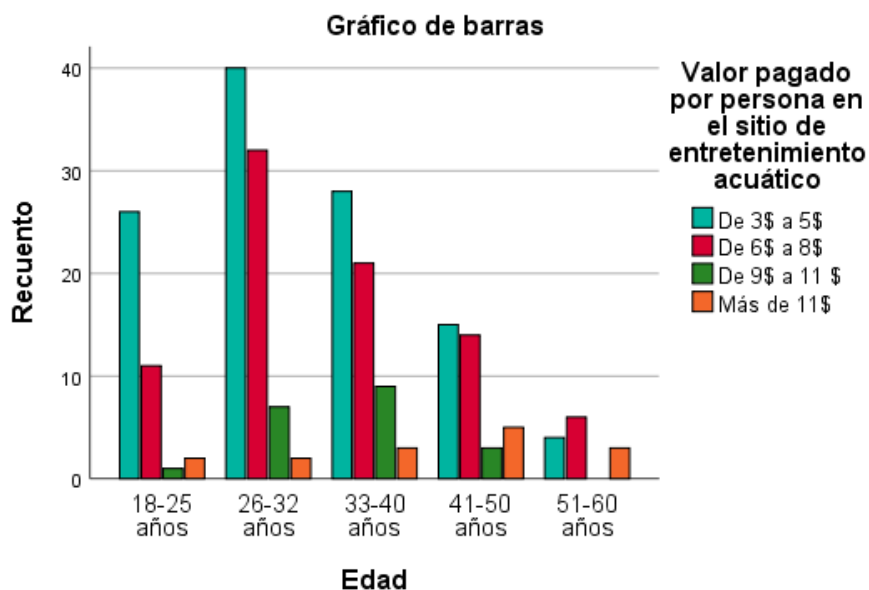


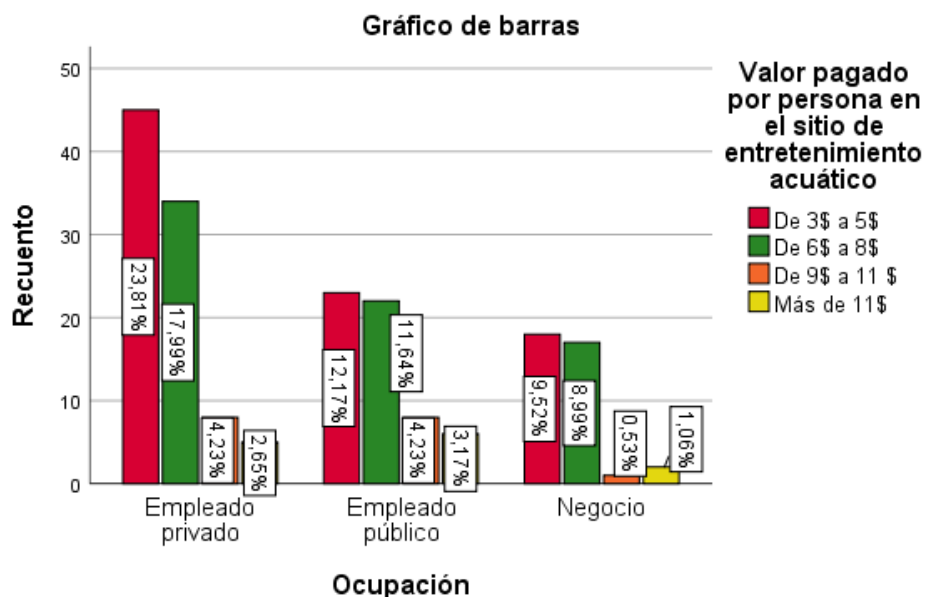
Figura 16. Cruce de variables: ¿Cuánto fue el valor pagado por persona en el sitio de entretenimiento acuático? – Edad



Análisis

Según los resultados de las gráficas 15 y 16, las personas que han consumido un producto de entretenimiento acuático mínimo una vez durante el año 2022, han realizado el pago respectivo de 3 a 8 dólares en un rango de edad de 26 a 50 años, distribuido entre gente que tengan empleos en el sector privado y público, como también negocios propios. Las personas encuestadas que tienen mínimo un ingreso de un sueldo básico tienen mayor probabilidad de pagar por un servicio de recreación acuática, por eso en ellos el rango de precio entre 6 a 8 dólares aumenta o es periódico con el valor de 3 a 5 dólares. Cabe recordar que no se toma en cuenta las edades de 18 a 25 años como se explicó anteriormente.

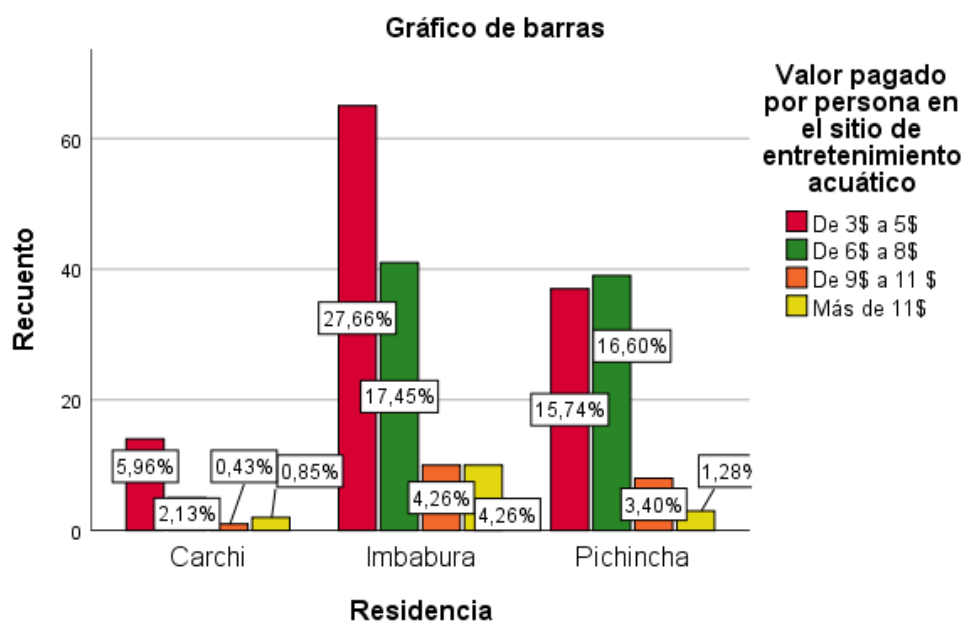
Figura 17. Cruce de variables: ¿Cuánto fue el valor pagado por persona en el sitio de entretenimiento acuático? – Ocupación



Análisis

En el gráfico 17 se analiza que los encuestados mayormente tienen una ocupación como empleado público, empleado privado y negocio propio. Con el cruce de variables realizado se aprecia que los empleados privados optan por pagar un precio entre 3 a 5 dólares por el ingreso a un balneario con un porcentaje ligeramente mayor. En cambio, en las ocupaciones de empleados públicos y negocios el valor se parcializa, siendo de preferencia el pago de 3 a 8 dólares por el ingreso a un entretenimiento acuático. Este dato se puede analizar como mayor posibilidad de pagar un valor mas alto son las personas que generan ingresos gracias e su trabajo como empleados públicos, esto plica de igual manera a las personas que cuentan con un negocio propio.

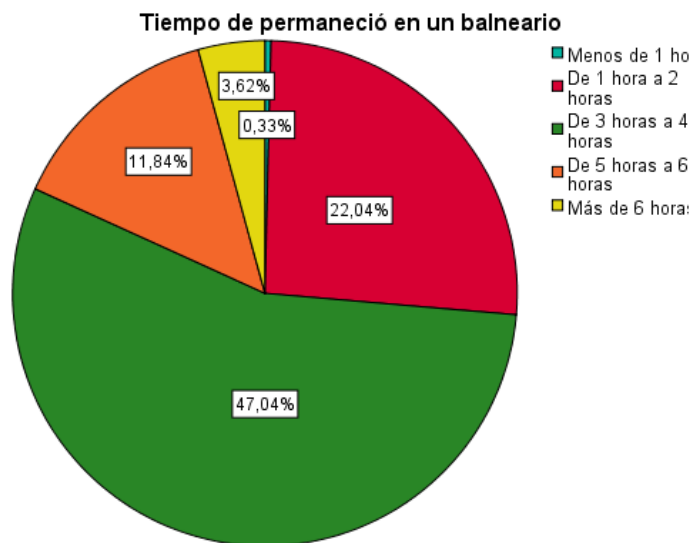
Figura 18. Cruce de variables: ¿Cuánto fue el valor pagado por persona en el sitio de entretenimiento acuático? – Edad



Análisis

En la figura 18 se analiza el cruce de variables entre el lugar de residencia de los encuestados y el precio a pagar, donde las provincias más encuestadas fueron las de Imbabura y Pichincha. Se aprecia que en la provincia de Imbabura las personas pagaron un precio de 3 a 5 dólares mayoritariamente por el ingreso a un balneario, pero en el caso de la provincia de Pichincha los datos se parcializan con un 32.3% el precio en un rango de 3 a 8 dólares. Posiblemente estos resultados se den por la mayor fuente de ingresos en la provincia de la capital del Ecuador.

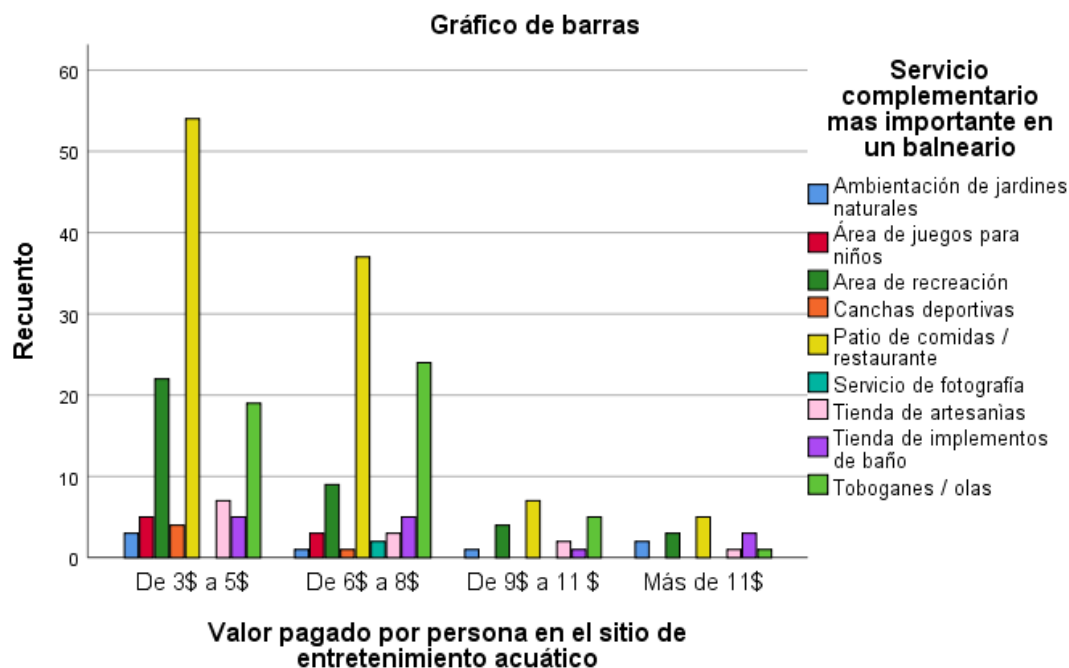
Figura 19. Frecuencia: ¿Cuánto tiempo permaneció en un balneario, la última vez que visitó?



Análisis

En la figura 19 se observa que las personas que consumieron al menos una vez un balneario o piscinas durante el año 2022 tienen una preferencia de estadía de 3 a 4 horas para su respectivo disfrute del sitio y posiblemente pasar bien con su familia en actividades de ocio y recreación, como también por servicios adicionales que presento los diferentes establecimientos que fueron visitados por los encuestados, por ejemplo, el uso de un restaurante, masajes, baños de cajón, etc.

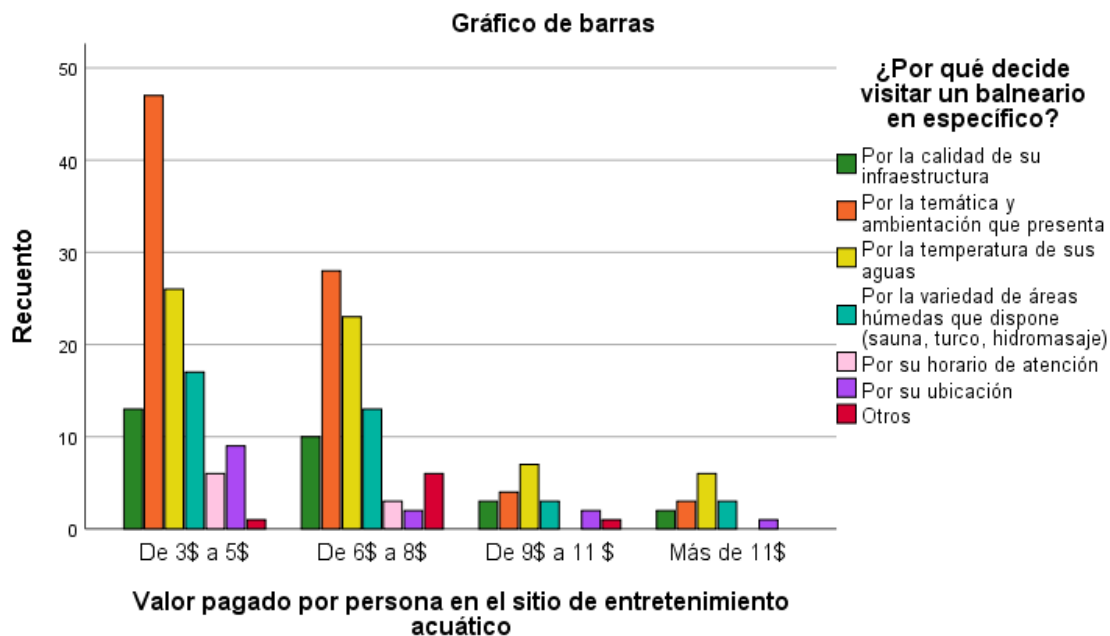
Figura 20. Cruce de variables: ¿Cuánto fue el valor pagado por persona en el sitio de entretenimiento acuático? – ¿Qué servicio complementario o adicional considera más importante al momento de consumir un producto de balnearios, piscinas o áreas recreativas de interacción acuática?



Análisis

En la figura 20 las personas que han pagado de 3 a 8 dólares que es el rango más pagado por un servicio de entretenimiento acuático, prefieren tener dentro del establecimiento un servicio complementario como es el de un restaurante para su respectiva alimentación. Como datos parciales también tenemos que el público encuestado prefiere un servicio complementario de áreas de recreación y la apreciación de toboganes o olas dentro del establecimiento. Por lo tanto, dentro del proyecto se sumará el servicio de restaurante para satisfacer una necesidad biológica, seguido de los servicios antes mencionados para el correcto disfrute del balneario y tengan una excelente experiencia en las actividades de recreación.

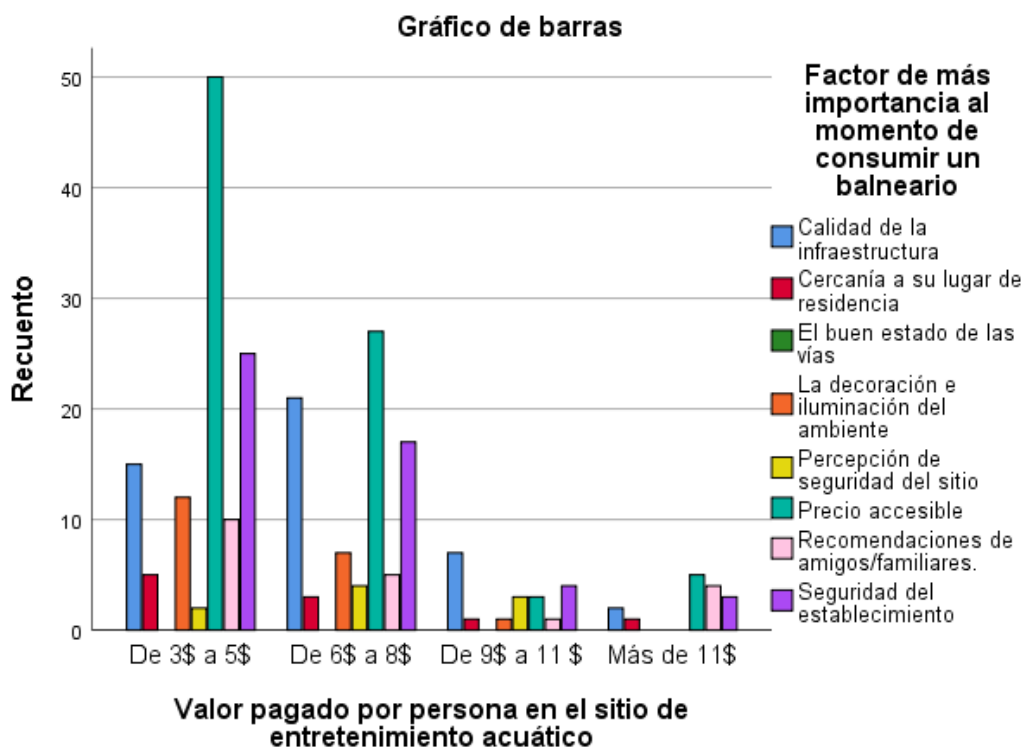
Figura 21. Cruce de variables: ¿Cuánto fue el valor pagado por persona en el sitio de entretenimiento acuático? – ¿Por qué decide visitar un balneario en específico?



Análisis

En el grafico 21 se analiza que las personas que han pagado en un rango entre 3 a 8 dólares por ingresar a un balneario lo hacen por la temática o ambientación que presenta el sitio y además por la temperatura de agua en cada área que posee dentro del establecimiento. Sin dejar a un lado el aspecto de que el sitio de entretenimiento acuático a establecer aparte de las razones anteriores deberá de tener varias áreas húmedas y tener los servicios de sauna, turco e hidromasaje.

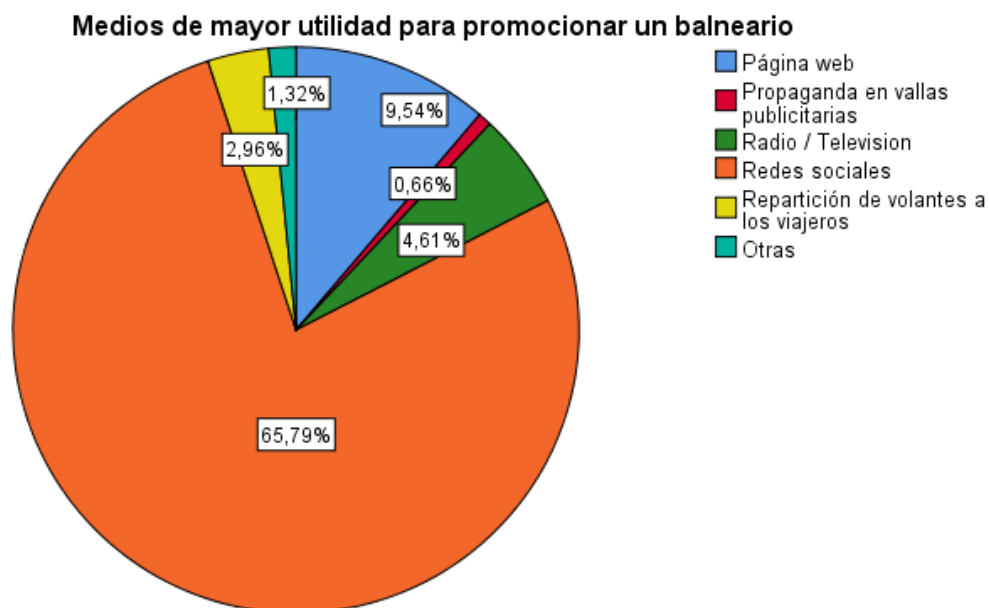
Figura 22. Cruce de variables: ¿Cuánto fue el valor pagado por persona en el sitio de entretenimiento acuático? – ¿Qué factor tiene más importancia para usted en el momento de consumir un producto de balnearios, piscinas o áreas recreativas de interacción acuática?



Análisis

En el gráfico 22 se aprecia que del público encuestado y que han consumido un servicio de entretenimiento acuático a un precio entre 3 a 8 dólares consideran los factores de mayor importancia sobre el establecimiento que obtenga un precio accesible, seguido de que el sitio brinde una buena calidad y seguridad en los atractivos que posee. Estos factores se pueden deber a los ingresos personales que genera cada persona, aunque en las gráficas se determinan valores parciales en este aspecto.

Figura 23. Frecuencia: ¿Cuál de los siguientes medios considera que es de mayor utilidad para promocionar un balneario?



Análisis

En el gráfico 23 se aprecia a las personas que han consumido un balneario mínimo una vez durante el año 2022, consideran que el medio de mayor utilidad para promocionar un sitio de entretenimiento acuático es mediante las redes sociales. Por lo tanto, dentro del proyecto se sumará la idea de crear un medio de promoción mediante Facebook, tik tok e Instagram, que son las redes más utilizadas hoy en día.

2.1.6 Segmentación del mercado consumidor (Perfil del turista)

Tabla 3. Segmentación de mercado para un Parque Acuático

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS			
Producto turístico: PARQUE ACUÁTICO EN LA PARROQUIA DE IMBAYA, CANTÓN ANTONIO ANTE -ECUADOR			
Segmentación Geográfica			
Variable		Número	Porcentaje
País:	Ecuador	18,221.561	100%

<i>Región:</i>	Sierra	7,847.136	43%
<i>Provincia/s:</i>	Pichincha, Imbabura, Carchi	3,891.359	21.3%
<i>Cantón/s:</i>	Ibarra, Otavalo, Urcuqui, Antonio Ante, Cotacachi, Pimampiro, Pedro Moncayo, Quito, Cayambe, Tulcán, Mira	3,523.203	19.3%
<i>1er Resultado: 3,523.203 personas de Pichincha, Carchi e Imbabura</i>			
<i>Segmentación Demográfica</i>			
<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Género:</i>	Masculino y femenino	3,487.970	99%
<i>Edad:</i>	26-50	2,409.870	68.4%
<i>Estado civil:</i>	Solteros y casados	3,241.346	92%
<i>Ocupación:</i>	Empleados públicos, privados y negocios	2,586.031	Ref. 73.4%
<i>Ingresos:</i>	425 - 800usd	2,117.445	60.1%
<i>2do Resultado: 2,117.445 hombres y mujeres en edades de 26 a 50 años de estado civil solteros y casados, que trabajan y ganan entre 425\$ hasta \$800.</i>			
<i>Segmentación Conductual</i>			
<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Estilo de vida</i>	Entornos rurales - Comunidades	845.568	24%
<i>Mercado meta: 845.568 hombres y mujeres que viven en las provincias de Pichincha, Imbabura y Carchi, entre 26 a 50 años de edad, solteros y casados, que trabajan y ganan entre 425\$ hasta \$800, que viajan a Entornos rurales-Comunidades.</i>			

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

2.1.7 Preferencias de consumo del producto/comportamiento del consumidor

Los consumidores potenciales señalan a las personas que optaron como opción de realizar actividades de recreación acuáticas en un balneario durante el año 2022, que es el 84.4%, lo cual es un porcentaje considerable de turistas a consideración de las demás actividades turísticas. Se toma como referencia a las piscinas y balnearios ya que estos presentan los mismos servicios, pues dentro del país se tiene una definición diferente de parque acuático como es en el extranjero.

Después del análisis de las gráficas de los resultados, los posibles consumidores de los servicios que brindara el parque acuático son personas a partir de los 26 años, debido a que en este rango de edad las personas disponen de mayores ingresos económicos, mínimo de un sueldo básico del Ecuador hasta 800 dólares, quien a su vez en un porcentaje mayor son empleados del sector privado seguido del sector público y por lo tanto tienen mayor capacidad de pagar por actividades de entretenimiento acuático o cualquier otra actividad de ocio.

Las principales provincias de donde visiten el proyecto a plantear y reciba mayor cantidad de turistas es Pichincha e Imbabura, en menores porcentajes la provincia del Carchi, aunque el establecimiento se ubicará en el cantón de Antonio Ante de la provincia de Imbabura, el mercado se extiende a las provincias vecinas que cuentan con una gran cantidad de habitantes como por ejemplo el cantón Quito.

Tomando en cuenta indistintamente los destinos a visitar por los turistas un gran porcentaje prefieren viajar en familia, por lo tanto, se toma mayormente a las personas que realizan viajes en familia con un número de personas de 4 parientes en adelante, con esto se considera el área del establecimiento para determinar la capacidad máxima de turistas dentro del establecimiento.

Entre las principales preferencias de los encuestados se tiene que la mayoría de ellos pagan en un rango entre 3 a 8 dólares por el ingreso a un balneario o similar, por lo tanto, el precio por el servicio a brindar no debe sobrepasar los 8 dólares, ya que el poner un rango mayor el mercado meta será bajo. Entre los servicios complementarios más solicitados por los

consumidores, prefieren que el balneario tenga un patio de comidas o restaurante para cubrir la necesidad biológica del ser humano, seguido de actividades de recreación como toboganes, olas y áreas verdes para actividades fuera de las zonas húmedas.

De las personas que consumieron un balneario al menos una vez en el año 2022 tienden a preferir con mayor importancia el factor de que el establecimiento tenga un precio accesible y que además tenga una buena calidad de infraestructura y brinde seguridad a los turistas. El criterio principal para acoplar al negocio será de una temática que se le dará al establecimiento, una temperatura adecuada del agua y la variedad de zonas húmedas, como también incluir hidromasaje, sauna, turco, área de río lento y baños de cajón, ya que son las razones que tienen mayor porcentaje por el público encuestado.

Tras el análisis de los encuestados se tiene que el medio por donde los turistas mayormente se informan sobre actividades o destinos turísticos son a través de las redes sociales, por lo que se considerará la creación de páginas o cuentas dentro de estos medios y será el punto fuerte de la promoción del establecimiento para poder llegar a los turistas y posibles consumidores.

2.2 Análisis de la demanda

Para analizar la demanda que podría llegar a tener el Parque acuático, se tomó en consideración la población de las provincias de Pichincha, Imbabura y Carchi, y el porcentaje obtenido por las personas encuestadas que visitaron mínimo una vez un establecimiento de recreación acuática en el año 2022

Tabla 4. *Demanda potencial*

Población de las provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha	3,891.359
Nro. de consumidores de la Demanda	3,299.872
Potencial	

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Sobre las cifras presentadas en la tabla de las provincias escogidas, se aprecia que la posible demanda pertenece al 84.8%, que son 3,299.872 turistas que pueden llegar a visitar y consumir un servicio de entretenimiento acuático en la parroquia de Imbaya del cantón Antonio Ante.

2.3 Análisis de la oferta

El presente proyecto a desarrollar presenta una idea macro de una arquitectura arquitectónica que tiene la intención de generar mayores actividades de recreación para el disfrute de los turistas y no solo una variedad de áreas húmedas, sino que tengan mayor movilidad fuera y dentro de las piscinas, dejando una buena experiencia, sin embargo, existen establecimientos turísticos similares que son de alguna manera la competencia directa o indirecta.

Tabla 5. *Oferta de balnearios o piscinas en la provincia de Imbabura*

Nombre del establecimiento	Especialización	Ubicación	Tiempo de funcionamiento	Capacidad del establecimiento	Número de turistas al año	Horario de funcionamiento
Hostería San Jorge	Piscinas	Chachimbiro-Imbabura	4 años	500 personas	8.000 turistas	Miércoles hasta domingo de 8h30 a 19h00. Sábados de 8h30 a 22h00
Complejo Tolas de Socapamba	Piscinas	Ibarra-Imbabura	10 años	600 personas	12.000 turistas	Viernes hasta Domingo de 9 a 6h30
Complejo recreacional y turístico Nápoles Wáter City	Piscinas	Cayambe-Pichincha	10 años	900 personas	48.000 turistas	Lunes a domingo de 08h00 a 19h00
Termas Chachimbiro Arco Iris	Piscinas	Chachimbiro-Imbabura	24 años	700 personas	10.500 turistas	De lunes a domingo de 07h00 a 00h30
Termas De Timbuyacu	Piscinas	Urcuqui-Imbabura	30 años	500 personas	7000 turistas	De lunes a domingo de 07h00 a 20h00

Nota:

Elaborada

por

los

autores,

2023.

En la anterior tabla presentada se observa los diferentes establecimientos que son competencias directas e indirectas, ya que algunos sitios presentan servicios de alojamiento u otros servicios de recreación, sin embargo, todos presentan el producto de piscinas dentro de sus negocios, por ello se aplicó las entrevistas a dichos lugares porque todos ellos generan mayores ingresos por la visita de turistas a las áreas húmedas.

2.4 Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto

Para la respectiva obtención del nivel de aceptación del producto se analiza la demanda potencial y el cálculo de la competencia, y así obtener la demanda insatisfecha existente.

Tabla 6. *Proyección de la demanda insatisfecha.*

Año	Demanda potencial*	Competencia**	Demanda insatisfecha***
Año1	3,299.872	85.500	3,214.372

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

El resultado de la competencia fue obtenido por las referencias del número de turistas que visitaron los establecimientos de Hostería San Jorge con 8.000 personas al año, Complejo Tolas de Socapamba 12.000 turistas en un año, Complejo recreacional y turístico Nápoles Wáter City 48.000 turistas, Termas Chachimbiro Arco Iris 10.500 personas aproximadamente y las Termas De Timbuyacu con 7000 turistas al año. Haciendo una resta con el resultado de la demanda potencial explicada en la tabla número 4.

Tabla 7. *Proyección de la demanda objetiva*

Año	Demanda insatisfecha*	Demanda objetiva**
Año 1	3,214.372	30.000

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Una vez obtenido el resultado de la demanda insatisfecha se procede a analizar la posible demanda objetiva, o capacidad de carga del proyecto Parque Acuático en un año de funcionalidad. En este caso se tomó como referencias a la capacidad máxima de turistas que tienen los establecimientos de competencia directa e indirecta, sacando un aproximado de 30.000 turistas en un año.

2.5 Propuesta Mercadológica

2.5.1 Identidad corporativa

Marca

El nombre que llevara el establecimiento es "BUENA VENTURA Aqua park" el mismo que corresponde por los siguientes motivos:

El slogan o tema principal es un tobogán donde se da a destacar una parte de las actividades que se van a llevar a cabo, además que se destaca del lugar las plantas ornamentales donde se utilizan para el uso medicinal ya que previenen enfermedades ya sean respiratorias y enfermedades en la piel.

Ventura que significa "fortuna, prosperidad y destino", se escogió esta palabra porque da vitalidad al sitio, siendo este un lugar donde las personas pueden sentirse en una zona de confort ya que tienen a disposición todos los servicios que puedan desear, también dentro del lugar se pueden encontrar implementos que ayudan a las personas tener una mejor ubicación dentro del lugar.

Logotipo




Figura 24. *Imagen Corporativa*





Nota: Elaborado por los autores, 2023.


Los elementos del logotipo se describen a continuación:


Color


-  Gris claro: es un tono suave y neutral que puede simbolizar la pureza y la simplicidad, puede usarse en elementos arquitectónicos y áreas de descanso para crear un ambiente relajante y limpio, también puede reflejar la calma del agua en un día despejado.
-  Gris oscuro: representa elegancia y sofisticación puede aplicar en detalles y elementos decorativos para resaltar y dar profundidad visual a ciertas áreas, también puede sugerir cierto misterio y emoción, lo que añade un toque intrigante al ambiente.
-  Verde: es un color asociado con la naturaleza y la frescura y logra representar áreas verdes, jardines o paisajes acuáticos, lo que aporta una sensación de armonía y conexión con la naturaleza, también puede evocar la idea de representar la flora en medio del parque.

 **Amarillo:** El amarillo es un color vibrante y energético que representa el sol y la alegría y puede utilizarse para destacar zonas de diversión y entretenimiento, como áreas de juegos interactivos o toboganes emocionantes, asimismo, el amarillo puede transmitir la idea de entusiasmo y diversión, generando una atmósfera festiva y positiva.

 **Naranja:** El naranja es un color cálido y estimulante que evoca la energía y la vitalidad, puede emplearse para resaltar áreas de actividades y entretenimiento más intensas, como piscinas de olas o rápidos artificiales, también puede representar la emoción y la adrenalina que experimentan los visitantes en ciertas atracciones.

 **Azul Marín:** El azul marino es un tono profundo y oscuro que representa la inmensidad del agua para enfatizar áreas más profundas o atracciones acuáticas más emocionantes, creando una sensación de aventura y emoción.

 **Negro:** es un color poderoso y audaz que puede transmitir una sensación de elegancia y modernidad para acentuar características especiales y añadir un toque de lujo a ciertas instalaciones.

 **Azul claro:** El azul claro es un tono suave y relajante que representa la serenidad del agua y el cielo despejado, este color evoca sensaciones de tranquilidad y armonía, creando un ambiente acogedor para los visitantes, además, refuerza la conexión con el elemento acuático, lo que puede transmitir una sensación de frescura y limpieza.







 **Azul oscuro:** El azul oscuro es un tono más profundo que simboliza la profundidad del agua y la noche y puede ser utilizado para resaltar áreas más profundas de las piscinas o atracciones, creando un efecto visual impactante, también puede sugerir aventura y misterio, lo que añade emoción a la experiencia del visitante.

Tabla 8. Descripción de Logotipo

Elementos	Significado
<p>Sol</p> 	<p>El sol del parque acuático representa la diversión, la energía y la calidez que los visitantes experimentarán en el parque, además, simboliza la importancia del sol como fuente de energía y diversión para las atracciones acuáticas y el ambiente agradable del lugar.</p>
<p>Fondo</p> 	<p>El fondo está representado por elementos circulares los cuales representa el entorno natural en el que se encuentra el parque, reforzando la idea de que es un lugar perfecto para disfrutar al aire libre y conectarse con la naturaleza.</p>
<p>Tobogán</p> 	<p>El tobogán refuerza el sentido de aventura y emoción que ofrece el parque acuático. Simboliza la adrenalina y la diversión que los visitantes experimentarán al deslizarse por emocionantes toboganes acuáticos.</p>

<p>Piscina</p> 	<p>La piscina es un elemento central que destaca la esencia del parque como un lugar para disfrutar de actividades acuáticas y refrescantes y representa el entretenimiento acuático y las diferentes atracciones que se ofrecen, como natación, juegos y relajación.</p>
<p>Letras</p> 	<p>El diseño y estilo de las letras es "Ravia" el cual fue escogido por ser elegantes y moderno para mostrar la diversión y el entretenimiento que ofrece el parque.</p>

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

2.5.2 Aplicación de la identidad en papelería corporativa

Uniformes:

Los uniformes en "Buena Ventura" están diseñados para reflejar la temática acuática del parque y para proporcionar un aspecto profesional y cómodo a todos los miembros del equipo, los uniformes se componen de varias piezas adaptadas a las diferentes funciones y roles del personal.

Para el establecimiento el usar uniformes es una gran ventaja para la imagen del lugar, de esta manera no solo genera unidad en el equipo de trabajo sí no que también brinda la oportunidad de mantener la imagen de la marca, conservando los colores que los identifica y el modelo que se ha escogido para la camiseta, es un polo en color azul Marín por el motivo que demuestra limpieza, pureza con la que nos representa como marca.

Figura 25. *Modelo de uniforme para trabajadores polifuncionales*



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Uniforme del personal de SPA:

El personal de SPA ocupara uniforme cómodo, funcional y estéticamente agradable, con colores suaves que se apeguen al tema de aqua park, llevando el logotipo de la empresa, dando a conocer higiene y seguridad.

Figura 26. *Propuesta de uniforme para servicio de SPA*



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Uniforme al momento de realizar mantenimientos

El uniforme del personal de mantenimiento de las instalaciones incluye un tipo overol de color azul Marín, siendo de material duradero y con la presencia del logo de la empresa, con los respectivos guantes de trabajo.

Figura 27. *Propuesta de uniforme para personal de mantenimiento*



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Tarjetas de presentación:

La tarjeta de presentación sirve para generar oportunidades en el futuro negocio, ya que es una manera de reforzar el contacto entre el emprendimiento y personas que están interesadas por el lugar con la idea de dejarles una posibilidad de comunicación para adquirir o preguntar por los servicios que están ofertado, es por ese motivo que en la tarjeta de presentación cuenta con un número de teléfono, correo, ubicación y la página web con la que el establecimiento podrá promocionarse.

Figura 28. Tarjeta de presentación



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Facturas

Por otro lado, existirá facturaras por la razón que al ser un documento comercial que registra la información relativa a la compra o venta de un bien o servicio, y el establecimiento al contar con baños de cajón, venta de cosméticos naturales y artesanías, es de vital importancia contar con ese documento.

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Materiales publicitarios

Algunos productos serán tratados de manera artesanal la cual será tallada cada una además están hechos con materiales sostenibles y se considera que es una buena estrategia y la razón de elegir estos artículos la cual es amigable con el medio ambiente y no contamina como otro tipo de materiales.

Tabla 9. *Materiales publicitarios que ofrece Buena Ventura*

<p>Figura Bolso Estampado</p> 	<p>Figura Espejo de mano en madera</p> 
<p>Figura Gorras de sol en 5 tonos de color diferentes.</p> 	<p>Figura Toma todo</p> 

Figura Llaveros



Figura Cuadernos



Camisetas



Vividis



Chanclas

Batas

	
<p data-bbox="517 855 619 887" style="text-align: center;">Toallas</p> 	<p data-bbox="999 855 1177 887" style="text-align: center;">Pantalinetas</p> 

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

UNIDAD 3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa

Si bien es cierto el negocio conlleva una fuerte inversión para tener la empresa a su 100%, es un área grande de servicios a ofrecer a los posibles clientes, a pesar de esto su tamaño se encuentra ubicada como una pequeña empresa, según el Banco Pichincha nos dice que las PYMES “recoge a las pequeñas y medianas empresas. Generalmente, las PYMES operan a nivel nacional, son organizaciones que apuestan por la innovación y es poco común que su actividad se desarrolle a nivel industrial” (Pichincha, 2021).

Figura 31. *Determinación del tamaño de una empresa*

Tipo de empresa	Criterio	Cantidad
 Pequeña	Número de colaboradores	De 10 a 49 personas
	Valor bruto en ventas anuales	\$100.001,00 a \$1.000.000,00
	Activos	\$100.001,00 hasta \$750.000,00

Nota: En la tabla se aprecia la determinación del tamaño de una empresa. Tomada de (Pichincha, 2021).

Se encuentra en ese tamaño por la razón de que la empresa para su óptimo funcionamiento debería contar con un número de empleados considerables, que en este caso son de 10 personas, para el área de la garita o cobranza para el ingreso de turistas, área de limpieza, área de SPA, área de preparación para respectivo consumo de ciertos toboganes con su respectiva seguridad, área de simulador de surf y río lento, ventas de accesorios para el uso de piscinas. En el tema de las ventas, se basa en la proyección de la demanda objetiva, lo cual da un resultado de 300.000 dólares anuales en valor bruto por el registro de 30.000 turistas cada año. Los activos de la empresa entran en un rango de inversión alto, en un precio de más de 750.000 dólares. Aunque excede la categorización mencionada en la anterior tabla prevalece

dentro del rango de pequeña empresa ya que tiene dos valores que se acoplan a este tipo de empresa que es el número de colaboradores y la tentativa del valor bruto de ventas anuales.

3.1.1 Identificación de la demanda

Como respuesta del estudio de mercado realizado, se logró determinar los gustos y preferencias por parte de los posibles futuros consumidores obtenidos después de escoger una muestra poblacional y la utilización de la herramienta de una encuesta, por lo cual se estableció a los posibles consumidores de los servicios que brindara el parque acuático son personas a partir de los 26 años, debido a que en este rango de edad las personas disponen de mayores ingresos económicos, mínimo de un sueldo básico del Ecuador hasta 800 dólares, quien a su vez en un porcentaje mayor son empleados del sector privado seguido del sector público y por lo tanto tienen mayor capacidad de pagar por actividades de entretenimiento acuático o cualquier otra actividad de ocio y recreación. Obviamente sin hacer de menos a los de menor edad, o estudiantes que igual son posibles autores de la demanda para el proyecto.

Aunque el establecimiento se ubicará en el cantón de Antonio Ante de la provincia de Imbabura, el mercado se extiende a las provincias vecinas que cuentan con una gran cantidad de habitantes como por ejemplo la provincia de Pichincha. Entre las principales preferencias de los encuestados se tiene que la mayoría de ellos pagan en un rango entre 3 a 8 dólares por el ingreso a un balneario, por lo cual, no debería sobrepasar este valor, sin embargo como competencia directa se tiene muy pocos establecimientos, por lo tanto, tomando en cuenta los servicios innovadores a ofrecer y las expectativas que puede generar el establecimiento, el precio excede a los resultados del estudio de mercado, recortando un poco al mercado consumidor pero prevaleciendo en rentabilidad del establecimiento.

3.1.2 Número de clientes proyectados

Para la obtención de la respectiva demanda de clientes proyectados, se aplicó un cálculo donde se obtiene la demanda insatisfecha tras la resta de la demanda potencial, obtenido de la demanda cubierta por los servicios o productos similares existentes en el mercado. Tras estos datos, por la integración de un nuevo proyecto al mercado se considera una demanda considerable al ser un negocio que hace frente a establecimientos de competencia, dando como demanda objetiva de 30.000 turistas en el primer año de funcionamiento del sitio turístico, siendo apenas el 0.9% de la demanda insatisfecha, este dato se tomó como referencia de las capacidades máxima de los otros proyectos en funcionamiento que poseen productos o servicios similares.

3.1.3 Consumo aparente con respecto a los servicios demandados

En el consumo aparente con respecto a los servicios demandados es el uso de las piscinas como producto principal, espacios verdes, área de parqueadero, local de venta de accesorios o artesanías del establecimiento, y su respectivo restaurante o patio de comidas.

Los productos ofrecidos por la competencia presentan tipos de piscinas diferentes, como son las aguas termales, polares o de agua caliente, la cuales son frecuentes en los establecimientos visitados, un aspecto a resaltar es el poco uso o implementación de los toboganes, puede ser por su precio de construcción o por el espacio que ocupa, sacando de esto una diferenciación para el parque acuático, de esta manera se generara un producto que llame la atención a las personas y no caer en lo coloquial, experimentando algo novedoso con respecto a la competencia directa e indirecta cercana, y atraer mayor clientela.

3.2 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

3.2.1 Macro localización

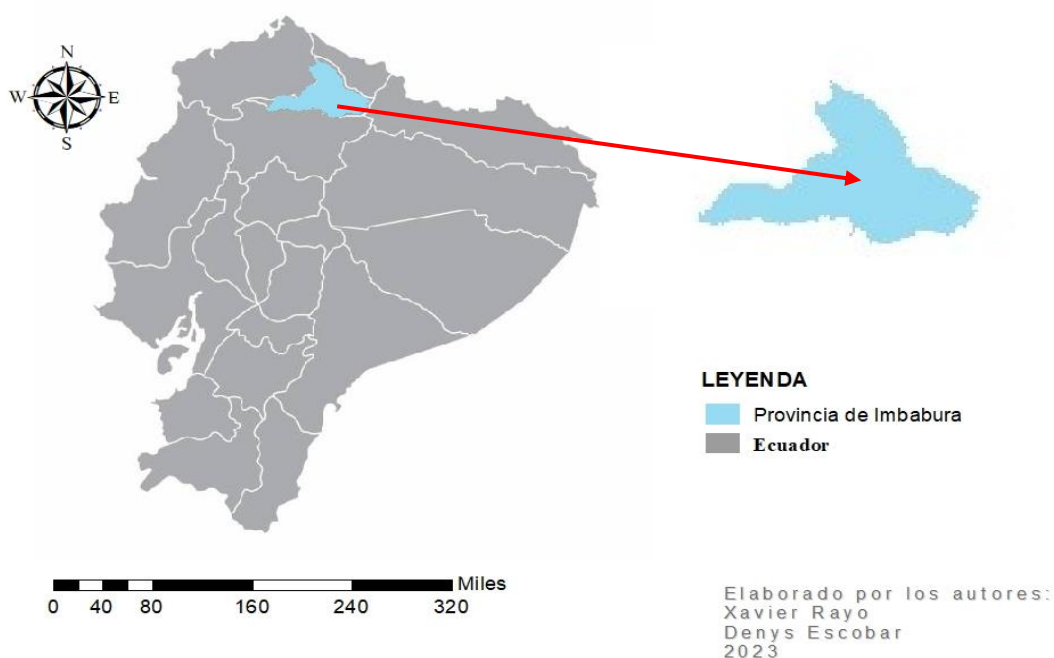
Para la implementación del emprendimiento se tomó en cuenta la cercanía a la ciudad de Ibarra, y el flujo de turistas existente en la vía hacia Chachimbiro, y así presentar un emprendimiento turístico más cercano.

En la parte de la macro localización se aplicará dentro del territorio ecuatoriano, en la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, en sus zonas rurales y cercanas a una fuente de agua. Se escogió este sitio por la conexión entre la capital y la zona norte hasta llegar a la frontera con Colombia, de igual manera Ibarra es una ciudad de paso que la mayoría de gente conoce, pero no se queda por los pocos sitios turísticos que ofrece, o por la baja administración de parte de los pobladores o de las entidades públicas.

Sin duda alguna la vía principal de acceso es de primer orden, lo que facilita aún más a los turistas llegar al sitio estratégico del emprendimiento, llegando en menor tiempo y con tranquilidad, adicional cuenta con una línea de buses para su respectivo traslado, la localidad cuenta con los servicios básicos principales, posee agua potable, luz, aunque su iluminación en vías públicas es un tanto escasa. En cuanto a su clima, posee condiciones de 16 a 18 grados, un ambiente amigable con el ser humano posee áreas verdes, lo que hace ideal para sus pobladores el poder tener ganado y sembríos, que es a lo que más se dedica su población.

Figura 32. Macro Localización

MACROLOCALIZACIÓN PARQUE ACUÁTICO BUENA VENTURA



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

3.2.2 Micro localización

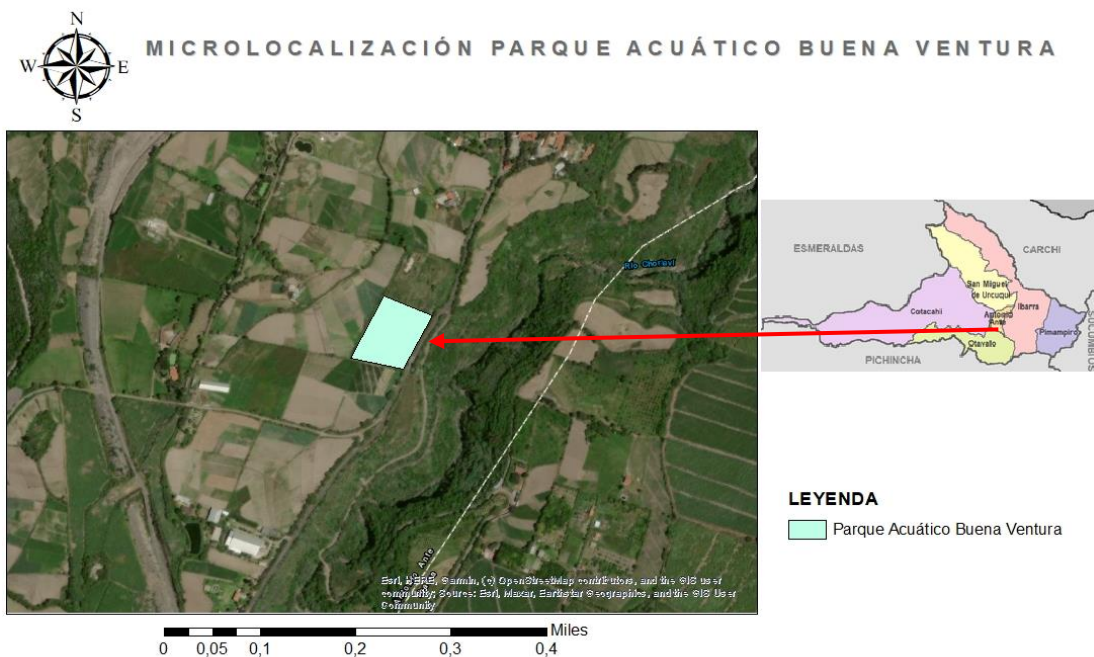
En la parte de la micro localización, el proyecto a implementar se ubicará en la parroquia de Imbaya, que es perteneciente a territorio de Antonio Ante, para la instalación del Parque Acuático se observan zonas rurales donde se obtiene terrenos de amplia extensión, que es algo indispensable para el negocio, sin embargo, al no tener terreno disponible, el proyecto entra desde la obtención del terreno en sí, con su ubicación lo más próxima a la fuente de agua sin estar demasiado lejos de la vía principal, porque el objetivo es aprovechar el flujo de turistas que recorren esta vía pública.

“La Parroquia de Imbaya presenta un clima templado en la parte alta y la cabecera parroquial, se encuentra desde los 2040 hasta los 2240 m.s.n.m, y clima cálido desde los 1750 hasta los 2040 m.s.n.m.; posee una pluviosidad de 500 a 750 mm, su temperatura anual aproximadamente es de 16 °C en la parte alta y alcanza los 18 °C en la parte baja” (G.A.D, s.f.).

Por otro lado, facilita el transporte de materiales para su respectiva construcción e instalación de los productos que se quiere ofrecer, a pesar de tener carreteras de segundo y tercer orden, son vías de acceso para vehículos, y que pueden llegar sin ningún problema.

Dentro de la ubicación se considera que en las zonas rurales existen fincas, quintas, hosterías, haciendas, pero estas son de servicio privado, es decir es para deleite personal o familiar de la persona apoderada del lugar, mas no presentan servicio al público en general, lo cual disminuye el flujo de turistas, pero aumenta el prestigio o el destacamiento del proyecto a implementar.

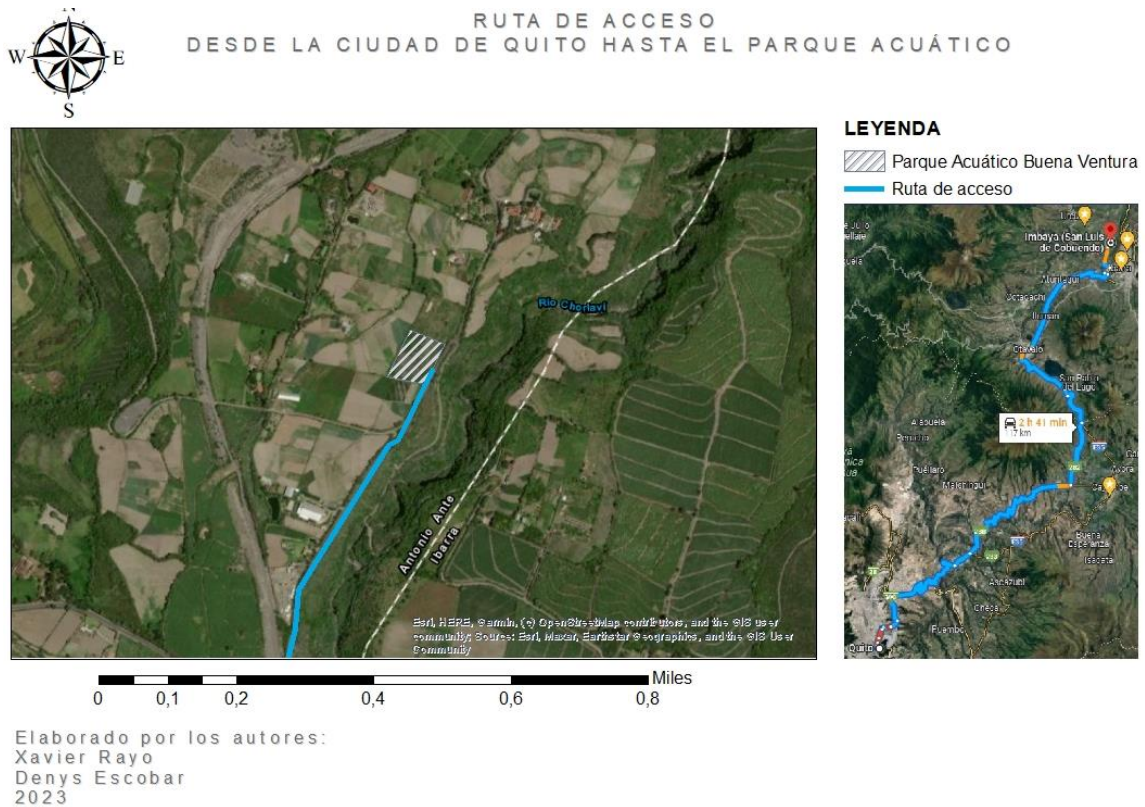
Figura 33. *Micro localización parroquia de Imbaya*



Elaborado por las autores:
Xavier Rayo
Denys Escobar
2023

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Figura 34. Ruta de acceso desde la ciudad de Quito



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

En la imagen se muestra una ruta de acceso desde la ciudad de Quito hasta el sitio donde se proyecta estar ubicado el emprendimiento, demostrando la mejor vía de acceso existente desde ambos destinos, siendo la mayor parte camino de primer orden, facilitando el acceso a los turistas que visiten el negocio desde la capital o las ciudades anteriores u aledañas, ya que pueden consumir la misma ruta.

Figura 35. Ruta de acceso desde la ciudad de Ibarra



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

En la imagen se visualiza una ruta cercana desde un punto central masivo de concentración de personas de la ciudad, en esta ocasión se presenta desde el terminal terrestre de Ibarra hasta la llegada del negocio, presentando caminos de primer, segundo y tercer orden, que a pesar de ellos existe facilidad de acceso para llegar al sitio turístico sin inconvenientes.

3.3 Identificación y descripción de los procesos

3.3.1 Caracterización y diseño del producto/servicio

En el siguiente análisis se detalla la caracterización y diseño del producto que ofrece la empresa, donde se planea ubicar estratégicamente en los alrededores de la vía que conecta desde la ciudad de Ibarra hasta las termas de Chachimbiro, dentro de la provincia de Imbabura, en particular en el cantón Antonio Ante, parroquia de Imbaya.

El proyecto acuático cuenta de ocho áreas húmedas, donde tres de ellas es para uso libre, para evitar aglomeración en una sola piscina y tobogán por parte de los turistas, que le invitan a relajarse y disfrutar del entorno. Como principal atractivo se instalará un tobogán de caída libre de 35 metros lineales de recorrido y 25 metros de altura, seguido de un salto para luego aterrizar en la piscina, además, implementar toboganes extravagantes en las otras áreas húmedas con la utilización de boyas, y generar una experiencia más agradable y satisfactoria antes que solo pasar dentro de una piscina, sino generar diversión y el sentimiento de adrenalina a los clientes. De igual manera los niños tendrán su respectiva zona acuática, con dimensiones considerables, ajustadas a su tamaño y edad en temática y seguridad.

Para la instalación del Parque Acuático se prevé obtener un terreno de 13.000 m² en la parroquia antes mencionada. El establecimiento comprende un horario de funcionamiento de jueves a domingo desde las 10h00am hasta las 20h00pm, por lo cual, el emprendimiento se encontrará dividido en distintas áreas, como son:

Área 1: donde representa las zonas húmedas o piscinas que incluyen en el valor de ingreso que equivale a \$10 adultos y \$6 niños. Esta área cuenta con una dimensión de 1.748 m² en total, que consta de 8 piscinas para el aprovechamiento de los consumidores y como función complementaria de los toboganes:

La piscina #1 consta de agua temperada donde podrán ingresar todo el público, sin restricción de edad o discapacidad, gracias a la rampa integrada con su respectivo pasamanos para que se puedan apoyar la gente con alguna dificultad física o para las personas de tercera edad. Es una zona para recreación y natación acuática libre. No presenta presencia de toboganes a los alrededores con el objetivo de no incomodar a las personas quitando espacio para nadar en la piscina.

La piscina #2 tendrá una temperatura de agua temperada, complementando a la anterior piscina esta tendrá el mismo objetivo de

natación libre para no aglomerar a las personas en una sola piscina y así tengan mayor espacio para disfrutar, su ubicación será distanciada y tendrá las mismas facilidades para el ingreso de turistas, como el pasamanos, rampas de ingreso y gradas para entrar y salir de la zona acuática. No presenta presencia de toboganes a sus alrededores.

La piscina #3, donde estará complementada por el tobogán extremo de caída libre (figura #42) y lineal. La temperatura de la piscina será de agua fría o aclimatada ya que no es un área donde exista presencia de más personas dentro de ella. Únicamente es para el recibimiento de los turistas que descienden del tobogán de caída libre, no es para natación aglomerada libre.

La piscina #4 donde se aprecia la presencia de un tobogán que se ubica por encima de la zona húmeda (figura 44), no es una piscina para natación libre, es exclusivamente para el recibimiento de usuarios que caen del tobogán, evitando así posibles accidentes entre personas, esta constara de una temperatura de agua temperada.

Piscina #5-que consta para el recibimiento de usuarios que descienden del tobogán (figura 46), puede aparecer presencia de estereras en el área húmeda ya que facilita el recorrido de las personas dentro de los toboganes. La temperatura del agua es temperada.

La piscina #6 con presencia a su alrededor de un tobogán con un tamaño más grande (figura 47), aquí la piscina se hace un poco más grande en sus dimensiones ya que los clientes que consuman este servicio lo realizaran encima de una boya, necesitando mayor espacio en la zona húmeda por la presencia de este elemento. La temperatura del agua es temperada.

Piscina #7, exclusivamente para el recibimiento de los turistas que descienden del tobogán (figura 50), ya que necesita mayor espacio a lo

largo para un correcto frenado, además de encontrarse con la presencia de boyas que influye en el tobogán.

Piscina #8 que presentara funciones divididas, una es el recibimiento de turistas que descienden de los toboganes que se encuentra en su alrededor (figura 52), y también se podrá realizar la actividad de natación libre para cualquier tipo de persona en los espacios disponibles que la piscina tenga para evitar accidentes de choques, generando así mayores áreas de estadía dentro de una zona húmeda, el agua será de temperatura temperada.

Área 2: se aprecia la presencia de una zona con similitud a un espejo de agua para la utilización recreativa de los niños, no es una piscina para nadar, más bien su función es ofrecer diversión con juegos infantiles seguros implementados dentro de la zona húmeda, como es mini toboganes, puentes, casetas y la decoración relacionada a la temática del Hawái, Además, la ubicación de decoraciones complementarias como puede ser palmeras con presencia de goteo de agua mediante bombas y la utilización de un balde de agua como se aprecia en la imagen (figura 36) para generar mayor realce a la zona recreativa. Es decir, los juegos que se encuentran dentro de una zona recreativa de un parque con espacios verdes trasladada a una zona húmeda, así también se disminuye los riesgos de accidentes por caída, por la presencia de agua, por eso la piscina conlleva una altura prudente del nivel de agua que será de temperatura temperada, el uso de este atractivo incluye en el precio de entrada.

Figura 36. *Propuesta #1 área recreacional para niños*



Nota: Imagen tomada de (WHITEWATER)

Figura 37. *Propuesta #2 área recreacional para niños*





Nota: Imagen tomada de (Alyson, 2023)

Área 3: Se presenta la idea de implementar un simulador de surf, que viene a ser otra caracterización del emprendimiento, creando un área para el abastecimiento de 3 personas a la vez, donde un colaborador estará pendiente de la seguridad y enseñanza al público al momento de subirse en una tabla de surf y realizar esta actividad. Este producto tendrá un valor adicional al de la entrada en general, que constará de 2.00 \$ dólares por cada persona, sea niño o adulto.

Figura 38. *Propuesta Simulador de Surf*



Nota: Imagen tomada de (Port, s.f.)

El simulador consta de 3 niveles, que son:

- **Principiante:** Actividad realizada que consiste en estar sentado en una boya, necesariamente remolcado por una soga para que le sostengan y se queden lo más estabilizados sin riesgo mayoritario de caerse. Esencial para niños de 4 a 7 años.
- **Intermedio:** Actividad realizada con una tabla ancha donde se puedan arrodillar o acostar boca abajo, en este nivel es a elegir del cliente si desea ser remolcado por una soga o no. Esencial para niños de 8 a 12 años.
- **Avanzado:** Actividad realizada en una tabla de surf donde puede hacerlo de la manera normal, que es estar de pie sobre la tabla, en el nivel avanzad el cliente escoge si desea ser remolcado por una soga o no. Esencial para personas de 13 años en adelante.

Área 4: Es una zona que se suma a la caracterización de productos en el emprendimiento, siendo la construcción de un río lento, en una forma circular

con respectivas variaciones, pero con su respectiva retornación al inicio del río, esto siendo impulsado por una corriente provocada por bombas de agua que produce el simulador de surf, ya que van a estar situados en la misma área, que prácticamente consiste en que las clientes paseen por un río artificial montados en una boya de plástico a una velocidad máxima aproximada de 7 km/h para que se relajen mientras son dirigidos gracias a la corriente del agua. Donde alrededor del atractivo se apreciará un pequeño paisaje, que acompaña a la temática hawaiana del establecimiento, con un valor adicional de 1 dólar por persona ya sean adultos o niños.

Figura 39. *Propuesta implementación de río lento*



Nota: Imagen tomada de (Confidencial, 2018)

Figura 40. *Propuesta implementación río lento #2*



Nota: Imagen tomada de (viajes, 2020)

Figura 41. *Propuesta implementación río lento con la unión de la presión de agua que emana el simulador de surf*



Nota: Imagen tomada de (fotos, s.f.)

Área 5: lo exclusivo del proyecto que es la zona de toboganes con un área para disfrute de la posible demanda del emprendimiento y no aglomerar al público en un solo producto recreativo, cabe recalcar que el posicionamiento de algunos de los toboganes va a estar situado dentro o por encima de las zonas húmedas, recortando espacios para otras atracciones. Y sumando que algunos toboganes no tendrán salida hacia una piscina, sino que la actividad terminara dentro de los toboganes, frenando a las personas por el agua estancada dentro de el mismo, el uso de todos los toboganes está incluido en el pago por ingreso.

Figura 42. *Propuesta #1 de tobogán extremo*



Nota: Imagen tomada de (User, 2023)

Tobogán extremo lineal que será lo que otorga sentimiento de adrenalina a los clientes al momento de descender por dicho tobogán, un atractivo de alto riesgo, donde estarán opcionalmente equipados con chalecos salvavidas para poder consumir el servicio, ya que con el uso de un chaleco inclusive pueden ocurrir accidentes al momento de ingresar al agua desde tan grandes alturas. Esto se lo hace de manera ordenada con una respectiva persona que administre el respectivo distanciamiento entre clientes, ya que no puede usar una persona el tobogán mientras esta otra persona abajo en la piscina. Los usuarios que deseen consumir deberán de hacerlo de manera ordenada y con paciencia, para cuando sea su turno procedan a sentarse o acostarse en el canal del tobogán situado a 25 metros de altura, previamente se lanzaran y araran un recorrido de 35 metros lineales para luego volar por los aires y aterrizar dentro del agua, por precaución un colaborador estar en la parte de abajo lanzando una boya salvavidas en caso de una posible emergencia. Para este atractivo se presentan políticas para su consumo, las cuales son:

- Tener de 16 a 45 años.
- Los menores de edad deberán tener una autorización firmada por una persona adulta responsable, donde dictamine que la actividad se la desea realizar bajo responsabilidad de la familia o persona a cargo y no del establecimiento.
- No tener problemas de salud.
- Firmar un documento deslindándose la empresa de responsabilidades que pueden suceder aparte de la seguridad ofrecida por el tobogán extremo y como establecimiento.
- Peso máximo de 80 kilos
- Saber nadar

Figura 43. *Propuesta #2 de tobogán*



Nota: Imagen tomada de (esdiario, 2017)



Nota: Imagen tomada de (La opinión de zamora, 2018)

Presencia de tobogán Multiside, que consta de diversos canales que conforman dicho atractivo, con diferentes colores para hacerlo más llamativo al público en general, este atractivo se consiste en deslizarse de manera descendente dentro del canal del tobogán que se presenta con ciertos desniveles en el camino hasta llegar al final de este, los clientes pueden crear competencias entre familiares o amigos, este se puede consumir con la presencia de esteras para mejorar la velocidad, o puede hacerlo sin este elemento, es una actividad de bajo riesgo. Para el respectivo frenado no existirá la presencia de una piscina por su baja velocidad que genera, ya que gracias al desnivel que este tendrá en la parte final se apreciara un cumulo de

agua, creando una pequeña laguna, donde servirá de frenado para los usuarios que consuman esta actividad.

Figura 44. *Propuesta #3 de tobogán*



Nota: Imagen tomada de (Cemi, s.f.)

La propuesta #3 trata de un tobogán llamado Spacebowl, donde el cliente ingresa por un tobogán tubular y sale a una sección abierta que va dando vueltas circulares hasta acercarse al centro de este y descender por el hueco que esta previamente ubicado en el centro y así caer a la piscina que esta debajo del atractivo. Esto se lo hace una persona a la vez, con o sin la presencia de boyas que mejoren la velocidad final.

Figura 45. *Propuesta # 4 de tobogán*



Nota: Imagen tomada de (Karolmarin04, 2015)



Nota: Imagen tomada de (La opinión de zamora, 2018)

En la imagen se aprecia un tobogán de caída extrema, para generar diversificación de servicios de adrenalina en los clientes, este no constará de una piscina en la parte final para el recibimiento de los clientes, sino que el

tobogán mismo en su parte final va a tener una mínima elevación para que se acumule el agua y este factor frene a los consumidores. Consiste en ascender por las escaleras del tobogán que está situado a 25m de altura, para sentarse en la desembocadura de este y lanzarse tras previa visualización de no haber gente en la parte de abajo, alcanzado velocidades entre 20km/h hasta 35km/h. Esto genera un sentimiento de peligro y diversión a los turistas, haciéndolo más atractivo a las personas que lo aprecien visualmente.

Figura 46. *Propuesta # 5 de tobogán*



Nota: Imagen tomada de (Bookineo, s.f.)

En la imagen se aprecia la presencia de un Super Squaid, que es un tobogán de diversos canales, con un nivel medio en adrenalina, ya que el cliente a un inicio ingresa por un tobogán tubular sin saber que le espera al salir de este, pasando por formas circulares, encontrándose con una pequeña caída lineal de manera abierta para aumentar su velocidad y originalidad. Y así terminar en una piscina que espera al final de esta infraestructura. Para usar este servicio se lo puede hacer con una estera o de manera directa sin presencia de otro elemento adicional.

Figura 47. *Propuesta # 6 de tobogán*



Nota: Imagen tomada de (WHITEWATER)

Tobogán Slide Cone, donde su nivel de adrenalina sube a un rango medio, los clientes ingresan a un canal tubular con mínima presencia de luz natural, haciéndolo más intrigante, a su salida se aprecia una zona tipo cono en la cual los turistas se balancean en forma de péndulo, este después son absorbidos por la gravedad a la parte central del cono que les recibe otro canal tubular para seguir con el recorrido y finalmente caer en una piscina situada a la desembocadura del canal, esto lo pueden hacer desde 1 a 3 personas a la vez..

Figura 48. *Propuesta #7de tobogán*



Nota: Imagen tomada de (demediterraning, s.f.)

La propuesta #7 del tobogán es un derivado de slide cone, pero de manera abierta, este es un tobogán tipo péndulo donde los clientes se lanzan en una boya obligada por el tema de mejor deslizamiento y mejor apreciación del atractivo, para que se puedan balancear dentro del tobogán y cada vez ir menorando su velocidad hasta llegar al borde del tobogán, ya que el atractivo termina adentro por un pequeño cumulo de agua provocado por una pequeña pared al final, evitando la salida de toda el agua, y obteniendo un frenado de los usuarios.

Figura 49. *Propuesto #8 de tobogán*



Nota: Imagen tomada de (Mariopark, 2022)

En la anterior imagen se propone la implementación de un tobogán con un canal ancho, con una caída libre que próximamente se convierte de manera ascendente para después bajar nuevamente, es un riesgo bajo para los clientes, es un atractivo más familiar, ya que lo pueden hacer hasta 4 personas al mismo tiempo encima de una boya que mejora su deslizamiento y velocidad. El atractivo termina dentro de un canal mas no los recibe una piscina como tal, gracias al desnivel que tiene en la parte final se acumula el agua que frena a las personas.

Figura 50. *Propuesta #9 de tobogán*



Nota: Imagen tomada de (Acuático, 2016)

En esta propuesta se plantea implementar un tobogán familiar, es decir, el máximo de usuarios a la vez es de cuatro personas, donde tiene un recorrido de 20 segundos, donde el objetivo consiste en subirse en una boya que tiene agarraderas para poder sujetarse y permanecer dentro de este, y recorrer por el amplio tobogán de 3 metros de ancho que va en descenso presentando ciertas curvas cerradas y la apreciación de un descanso con presencia de agua que genera mayor presión de agua para que los turistas puedan descender más rápido, seguido de ciertos desniveles apreciados en el mismo canal del tobogán hasta llegar a una pequeña piscina donde les recibe a los usuarios.

Figura 51. *Propuesta #10 de tobogán*



Nota: Imagen tomada de (Gonzales, 2018)

Para esta actividad, se lo puede hacer en pareja o una sola persona a la vez, consiste en lanzarse mediante una boya por un tobogán tubular, generando mayor intriga a al atractivo, a su salida se presencia luz natural que deslumbra al usuario con la actividad siguiente, que es en de un péndulo que enseguida ingresa por otro canal que lo lleva por una serie de curvas y finaliza dentro de él, es decir, por el desnivel que tiene en su parte final, se produce un cumulo de agua que permite frenar a los usuarios a bordo del tobogán.

Figura 52. *Propuesta #11 de tobogán*



Nota: Imagen tomada de (Images, 2019)

Por último, se implementa una idea coloquial que existe dentro de los demás establecimientos con servicio de balnearios, que es la utilización por parte de los clientes al ingresar por un tobogán tubular que en su recorrido presentan diferentes curvas donde al final les espera una desembocadura con una caída aproximada de 1 metro hasta el cumulo de agua. Aprovechando las mismas bases para implementar dos toboganes distintos, uno encima de otro.

Área 6: zona de parqueadero para los turistas que visiten el emprendimiento a ofertar, teniendo suficiente espacio para aparcar sus

respectivos vehículos de transporte, en lo cual esta zona tiene una capacidad estimada para 120 vehículos particulares, 45 automóviles, 35 motocicletas y 40 bicicletas.

Área 7: que está compuesta generalmente por espacios verdes para la apreciación de flora por parte de los turistas al momento de visitar el emprendimiento, en lo cual está distribuido en toda el área donde intervenga las respectivas construcciones, forma parte de la temática de Hawái determinada para el negocio.

Área 8: representa las zonas de baños, duchas para el respectivo aseo del público en general, y sus vestidores para el cambio de vestuario al momento de ingresar o salir de las instalaciones acuáticas acompañado de los lockers para el depósito de la ropa o artículos que conllevan los bienes de los clientes.

Área 9: integra un sitio de SPA, que consiste en otorgamiento de los siguientes tratamientos y servicios:

- Masaje relajante
- Piedras calientes
- Hidratación de manos
- Musicoterapia
- Aromaterapia
- Té de infusión herbal
- Uso de baños de cajón
- Uso de hidromasaje

Este servicio tiene un valor adicional de \$30 dólares por persona, un cuarto exclusivamente para personas de 11 años en adelante, con fines curativos en salud para aliviar el estrés, la mente y cuerpo, dejando una experiencia agradable al consumidor. Esto tendrá una duración de 2 horas aproximadamente.

Figura 53. Propuesta SPA para área de masajes corporales dentro del Parque Acuático



Nota: Imagen tomada de (Wellness, 2022)

Figura 54. *Propuesta de hidromasaje*



Nota: Imagen tomada de (Guiaspracticas, 2023)

Figura 55. *Propuesta baños de cajón*



Nota: Imagen tomada de (Tripadvisor, s.f.).

El servicio de baños de cajón también estará abierto al público en general que solo desee consumir este producto, en lo cual consiste el uso de los baños de cajón por 10 minutos, luego ducharse en agua fría y nuevamente ingresar a los cajones para seguir con el tratamiento por 15 minutos más y finalmente despedirse con el consumo de un té de infusión de hierbas medicinales. Este tendrá un valor adicional de \$2 dólares por persona.

Área 10: Constara de una zona pequeña que simplemente se ubicara la implementación de un sauna y turco para que las personas tengan mayores áreas a escoger, dando mayor dinamización en servicios y productos. Este constara para el abarcamiento de turistas que deseen ingresar a una zona donde se puedan relajar y ayudarse con los beneficios que ofrece estas vaporizaciones como es: la limpieza de la piel, eliminación de toxinas y la buena circulación de la sangre.

Área 11: equivale a la fachada de recibimiento o garita de cobro para el ingreso de los turistas hacia el establecimiento, encontrándose con la zona de cobro y otorgación de información, con la cercanía del área de ventas de

artículos. En otra zona pertenece al área de administración que también se utilizara para previas capacitaciones del personal, ubicado después del previo recorrido de la zona del parqueadero si fuese en vehículo o a pie para dirigirse a las zonas de los vestidores o las áreas en su totalidad.

Área 12: Ocupa el espacio de la zona de tratamiento de agua, donde ingresa el agua de la corriente de río Chorlaví que contiene una caída de 130 – 160 litros por segundo dependiendo del entorno climático, sea invierno o verano, cogiendo como dato un media de 145 litros por segundo. Para conseguir la cantidad de agua que requiere el parque acuático en sus zonas húmedas y toboganes son de 5.451.400 litros de agua, pero ante la posible pérdida que puede suceder por el uso de clientes y exposición a la intemperie se prevé utilizar 6.000.000 de litro de agua. Siendo así, en el emprendimiento se ocupa el 100% del caudal de agua del río, con un tiempo de llenado de 12 horas.

Al momento de coger el agua del río Chorlaví previamente filtrada por mayas que detengan el paso de residuos, pasa por una bomba donde seguidamente ingresa a un proceso de purificación mediante los “Bacht” (Biorreactor continuo industrial), un procedimiento químico mediante bicarbonato de sodio que pasa por un set de filtros que hacen que salga el agua apta para cualquier uso o consumo humano, después pasa el agua hacia los depósitos, luego ingresa a los filtros de arena, pasa por una bomba que ayuda a llegar el agua más rápido, pasa por los calentadores de agua mediante paneles solares y finalmente sale con una temperatura de 35°C, este procedimiento se repite con el agua ya utilizada por los clientes en las piscinas y las bombas de agua de los toboganes, reciclando así el uso de agua y evitando su desperdicio.

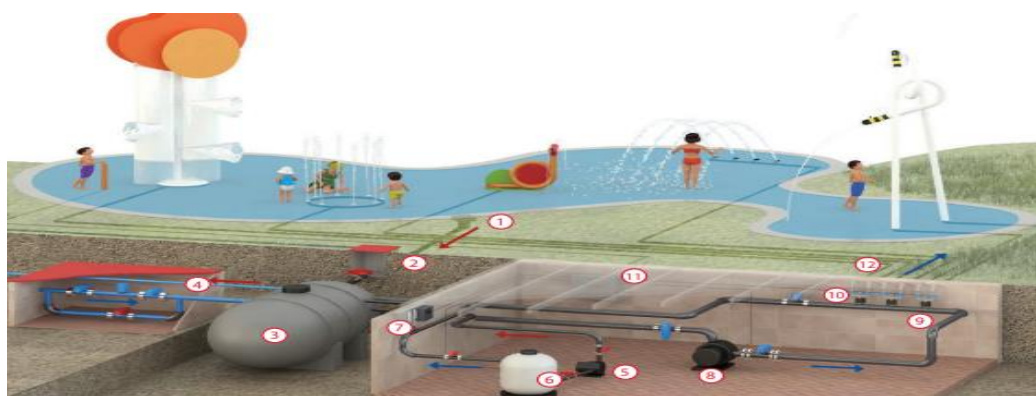
Figura 56. Propuesta de Bacht (Biorreactor continuo industrial) para tratamiento de agua del Parque Acuático Buena Ventura



Nota: Imagen tomada de (Etdinox, 2023)

En la imagen se observa un Biorreactor continuo industrial para residuos, donde se implementa y es la parte fundamental del proyecto en el tema de maquinaria, ya que este se encarga de purificar el agua obtenida del río, y este set se utiliza con bicarbonato de sodio y evitando el cloro, y haciendo el agua apta para cualquier uso que pueda darle el ser humano.

Figura 57. Propuesta para el proceso de tratamiento, uso y circulación de agua después de pasar por la purificación mediante el batch



LEYENDA

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| ① Sumidero recogida de agua | ⑦ Controller Cloro y PH |
| ② Arqueta | ⑧ Bomba Impulsión de Juegos |
| ③ Depósito de compensación | ⑨ Colector |
| ④ Acometida a la red | ⑩ Electroválvulas |
| ⑤ Bomba de filtrado | ⑪ ISABA Water Controller |
| ⑥ Filtro de Arena | ⑫ Salidas a Juegos |

Nota: Imagen tomada de (ISABA)

En la imagen se muestra el ejemplo de la distribución del agua del proceso de tratamiento de agua en un espejo de agua para niños, mas no se utilizará este tratamiento de purificación, sin embargo, esto se puede hacer para el área de piscinas que tiene el parque acuático. Este consta de su funcionamiento desde que los niños entran a el área situado en el espejo, mandando una señal que pone en marcha la bomba que aspira el agua del depósito de compensación y lo impulsa a cada juego. Esto se realiza después del proceso del Bacht.

Una vez que el agua que sale por los juegos o vertientes de cada zona acuática se recoge por los sumideros y mediante la red de tuberías devuelve el agua al vaso de compensación, una bomba recoge el agua para su desinfección, conducida a un filtro de arena que elimina residuos y bacterias y por un controlador. El agua ya tratada se devuelve automáticamente al depósito de compensación donde se mantiene para su próximo uso (ISABA).

Área 13: pertenece al sitio donde se guardan ciertos implementos que se ocupa en un día laboral del negocio, esta zona representa a una bodega donde se traslade o se tenga en conservación implementos o herramientas de trabajo necesarias para el funcionamiento del lugar, como: chalecos salvavidas, boyas, bombas de agua, máquina de luz a gasolina, tuberías de reserva, sillas, mesas, escaleras, herramientas de trabajo y mantenimiento etc.

Área 14: Implementación de una zona para venta de artículos con el logo o marca del parque acuático, un área para que adquieran sus respectivos cepillos de peinar, bolsos, tomatodos, llaveros, cuadernos, gorras y además podrán conseguir artículos de vestimenta para el uso dentro de las instalaciones del emprendimiento como: gorros de baño, pantalonetas para hombres, traje de baño para mujeres, boyas, flotadores, camisetas, vividis, ubicada alado de la garita de cobro.

Área 15: Aquí se apreciará la existencia de un espacio verde como zona recreativa, para que los clientes puedan tener un espacio para realizar actividades en tierra o césped, como jugar futbol, vóley, un área de descanso

para visualizar o una simple caminata que distraiga la mente, así se logra obtener diversificación en la presentación de áreas a escoger.

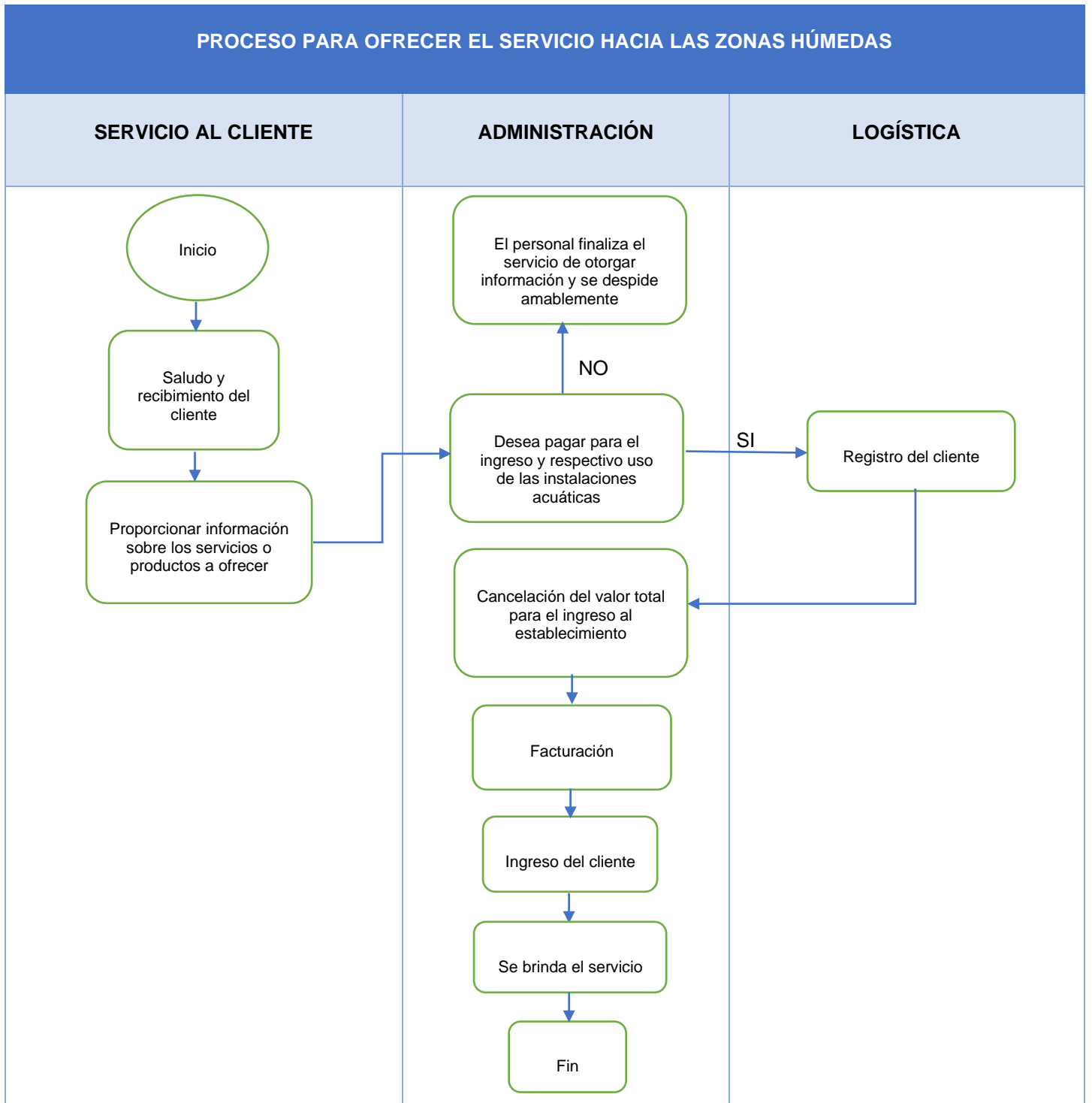
Área 16: Esta parte del emprendimiento está destinada para juegos entre amigos o familiares, mediante la presencia de mesas de billar, mesa de ping pong y el futbolito. Una pequeña zona para dar a los clientes mayores actividades a consumir en donde puedan distraerse y divertirse. A demás podrán consumir bebidas y previa alimentación compradas en el restaurante del parque acuático. Estos productos están incluidos en el precio por ingreso al establecimiento.

Área 17: donde cubrirá la necesidad fisiológica de las personas, siendo una pequeña plaza de comida, la implementación de locales para poner de arriendo a personas que deseen vender productos alimenticios hacia los clientes que ingresen al parque acuático, donde podrán vender desde comida rápida, picaditas, hasta comida de marisco, y las respectivas bebidas, sea batidos, jugos, aguas, cervezas y más. Además, el espacio para comer tranquilamente con la familia o sus acompañantes, que abarcan diez locales de diferente tipo de comida para generar diversidad en el área.

Estas son las áreas que implementar, siendo así un parque acuático en su esplendor, dando un resultado de 10.997 m² de todas las actividades a ofrecer, sin tomar en cuenta el área para transitar libremente y moverse de un lado a otro, teniendo como resultado toda la ocupación del terreno donde se implementará este gran proyecto.

3.3.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio

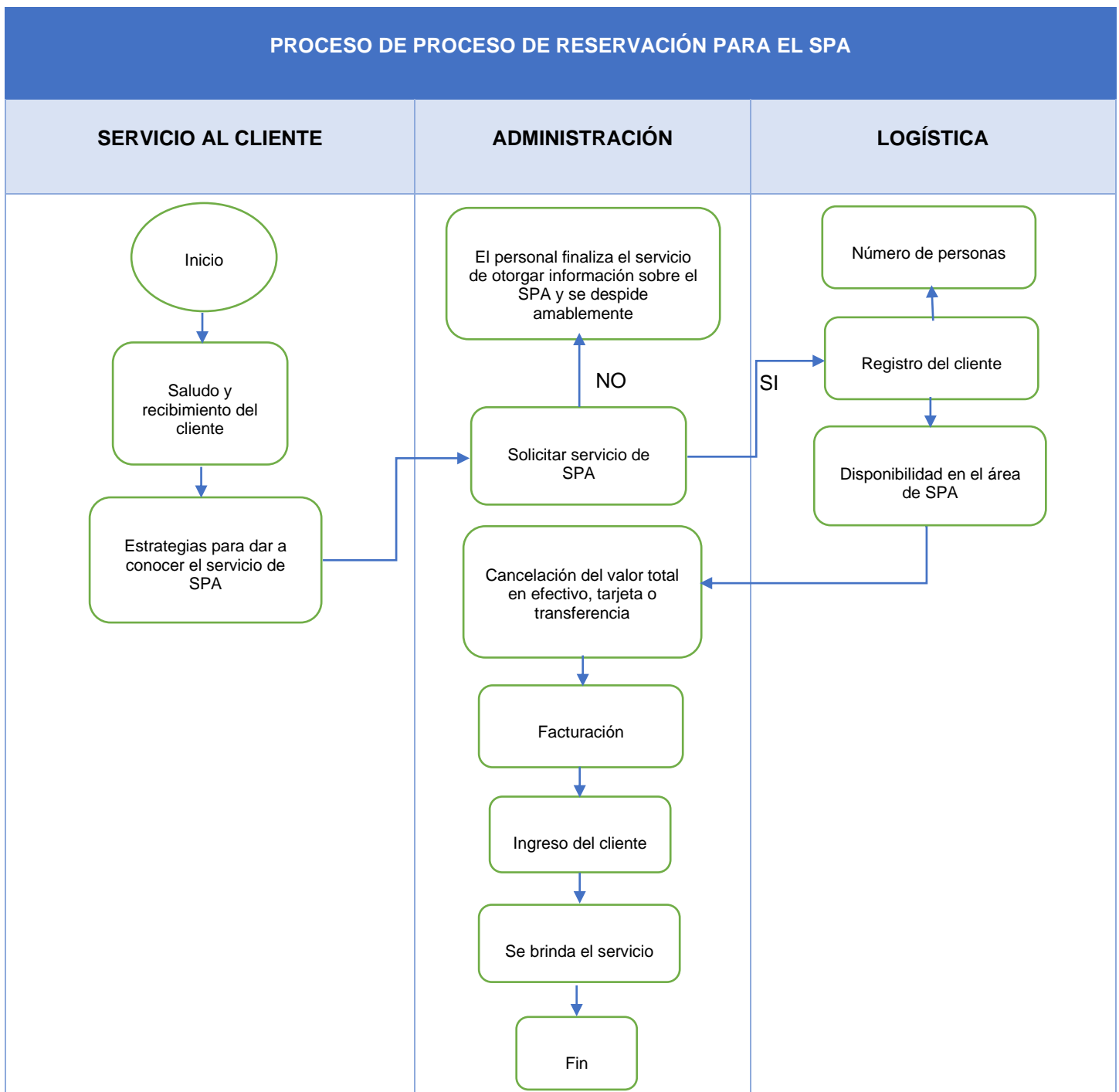
Tabla 10. *Flujograma de servicio de las zonas húmedas del Parque Acuático*



Uno de los principales productos a ofrecer es el uso de las piscinas, lo cual consta de 8 zonas húmedas en total, pero son tres para natación libre, el

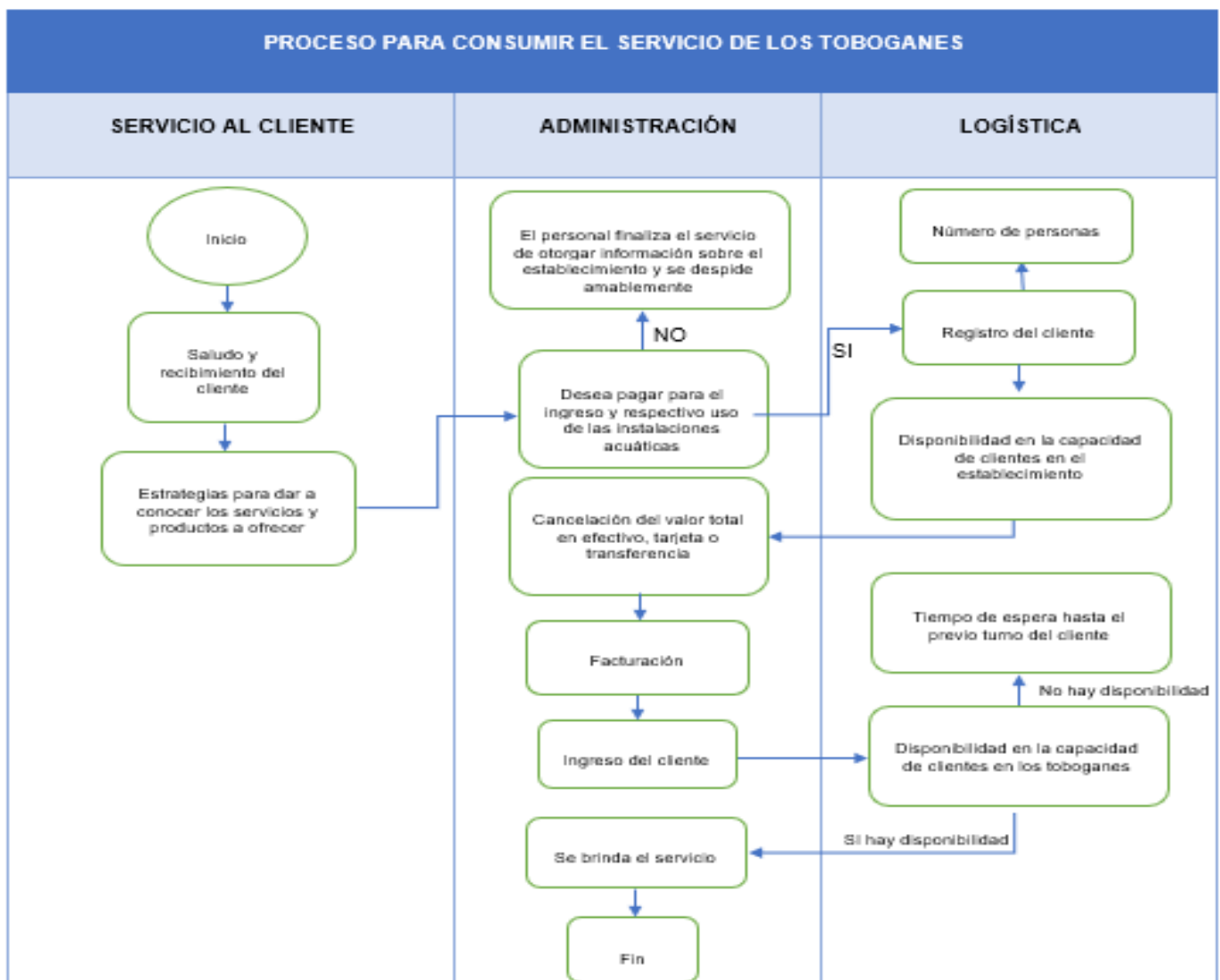
cliente está en todo su derecho de pedir información, si este se encuentra interesado en el producto, cancelará su respectivo valor e inmediato se le realiza su respectivo registro y su factura, ingresando a consumir los productos que ofrece la empresa, si fuese lo contrario el personal le dará una cortes despedida y el cliente se ira con información del establecimiento.

Tabla 11. *Flujograma proceso de reservación para el SPA*



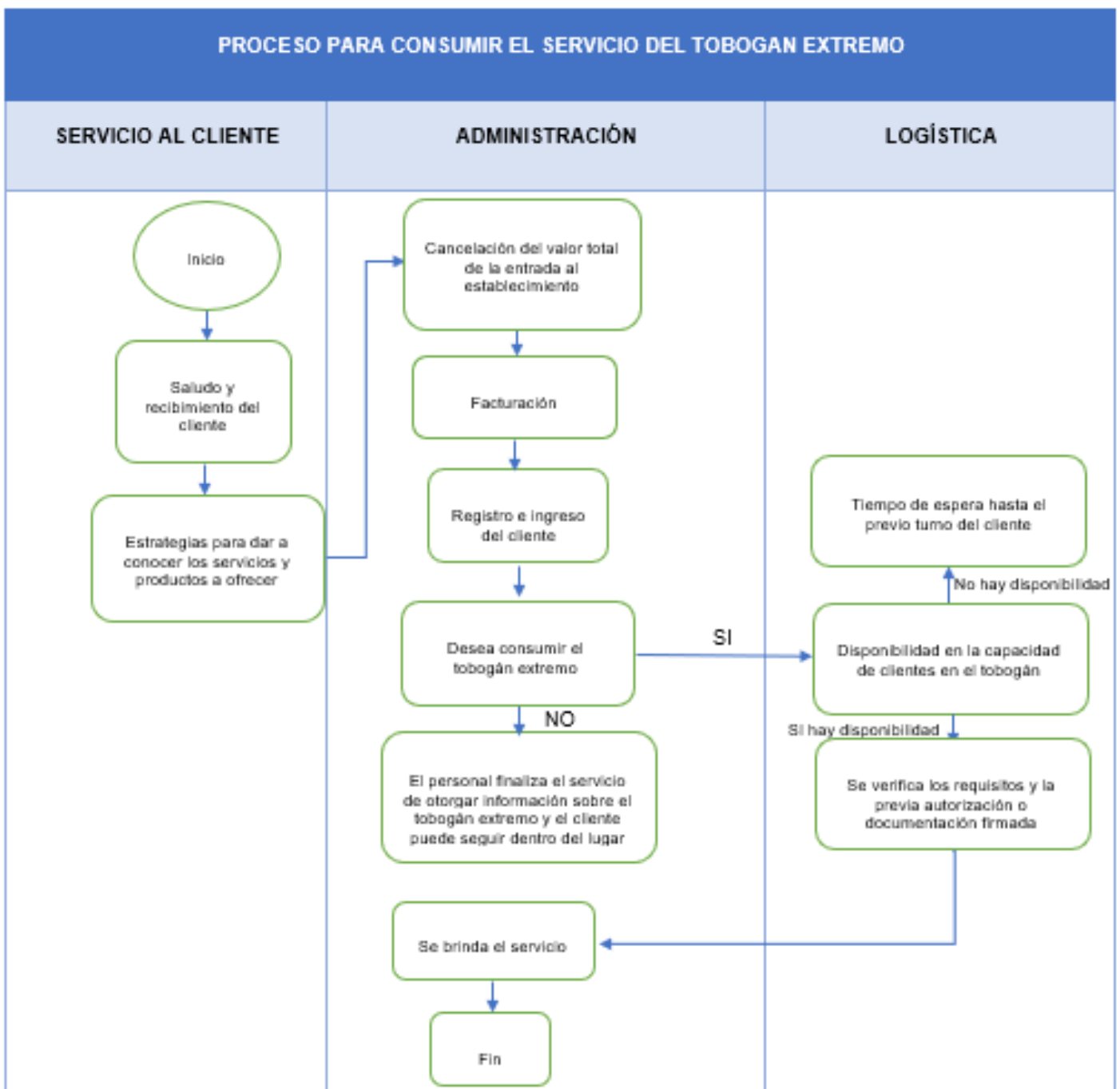
Para ofrecer el servicio de SPA se utiliza estrategias para ofrecer o dar a conocer al cliente que disponemos de este producto, en lo cual si el cliente si lo solicita procedemos hacer el respectivo registro del cliente y el número de personas, luego se procede a verificar la disponibilidad para la demanda existente, se pide la cancelación de del valor total, ya sea en efectivo, tarjeta o transferencia, al final se emite la factura y puede utilizar el producto sin ningún inconveniente, ya sea a todo el servicio completo que es: masajes corporales y piedra caliente, baños de cajón, hidratación de manos, aromaterapia y musicoterapia, té de infusión de hierbas y por último la utilización del hidromasaje por \$30 dólares, sino puede consumir solo los baños de cajón por \$2 dólares si lo desea.

Tabla 12. *Flujograma proceso para consumir los toboganes.*



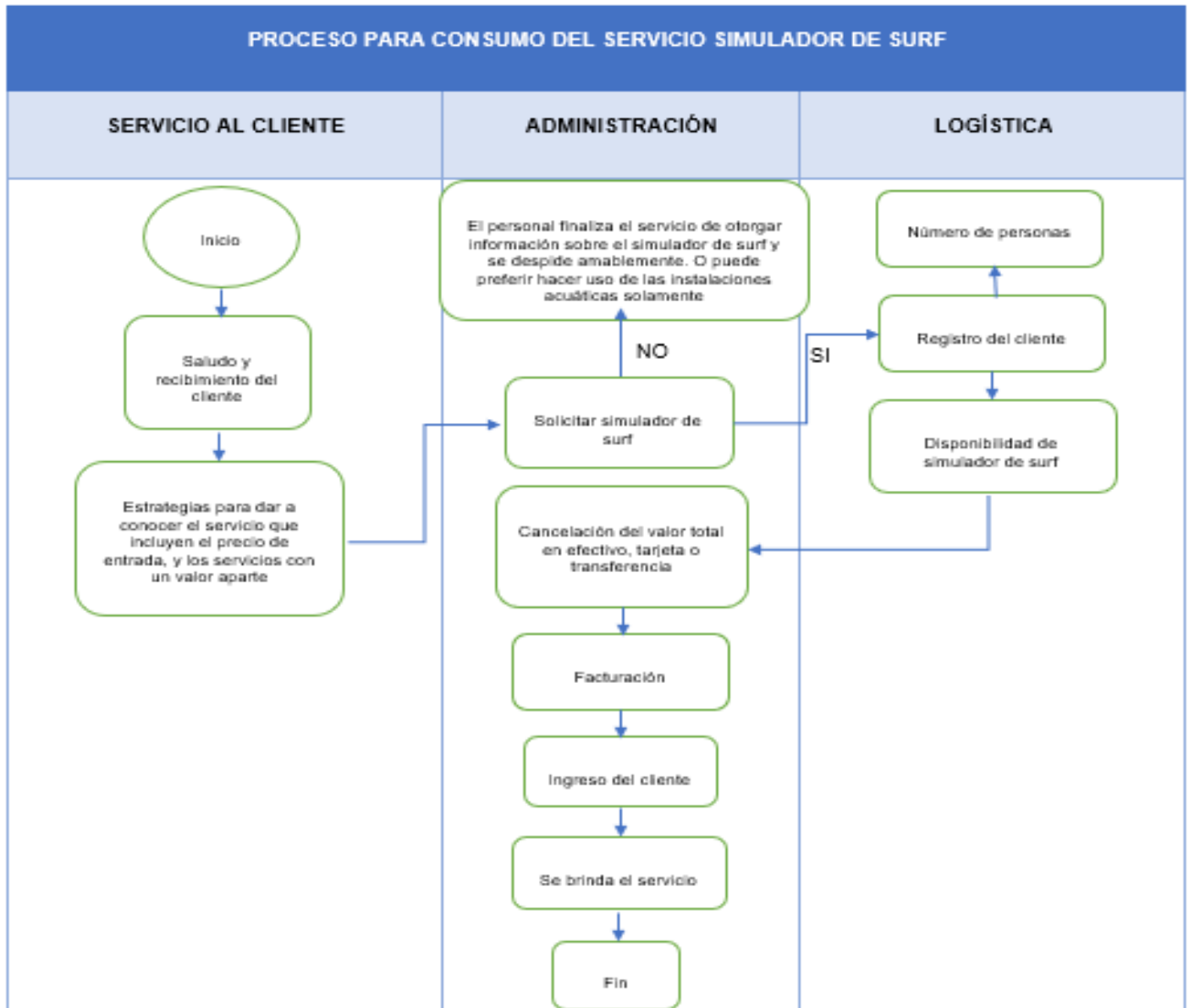
En el proceso de consumir los toboganes del establecimiento va de la mano con el ingreso al establecimiento en sí, pero se diferencia en el proceso de disponibilidad para consumir dicho servicio, ya que no se puede en algunos atractivos consumirlos varias personas, sino uno por uno con el objetivo de no generar accidentes dentro de las instalaciones.

Tabla 13. *Flujograma del servicio de tobogán extremo del Parque Acuático*



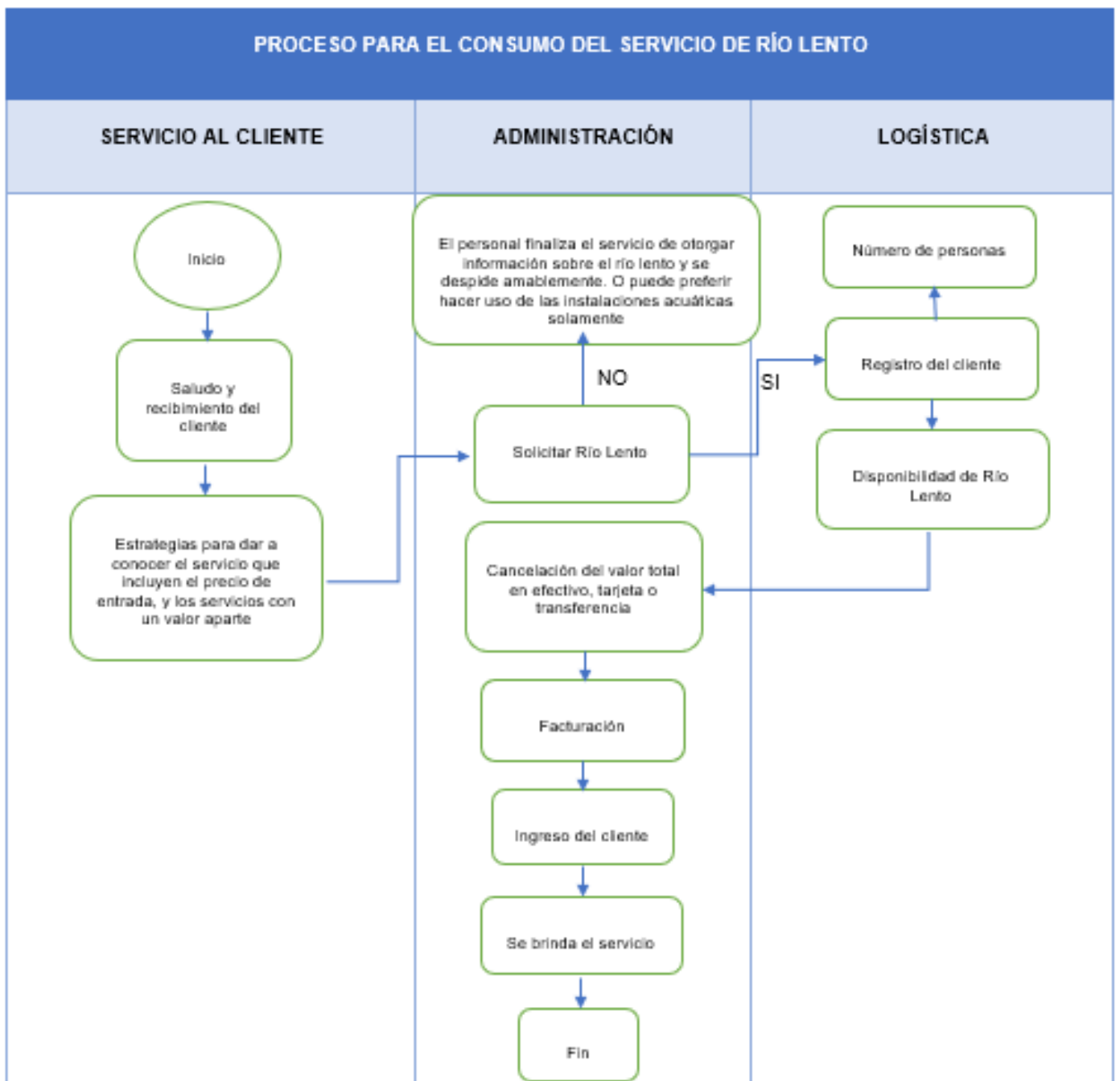
En el flujograma se analiza el proceso para poder otorgar a los usuarios el servicio de tobogán extremo, donde inicia con el recibimiento y otorgación de información de los servicios y productos del establecimiento, si el cliente desea ingresar, se procede al registro y emisión de factura tras la previa cancelación del valor de ingreso, luego si desea consumir el tobogán extremo debe llenar una autorización que deslinda a la empresa de cualquier accidente que suceda aparte de la seguridad brindada por el establecimiento, y además cumpla las políticas dichas con anterioridad en la caracterización de cada producto. Al cumplir todo esto el usuario podrá consumir este servicio y/o producto llegando al fin de este proceso.

Tabla 14. *Flujograma servicio de Simulador de Surf del Parque Acuático*



Para el proceso del Simulador de Surf inicia con el otorgamiento de información sobre todos los servicios que incluyen en el precio general, y los servicios que requieren un precio aparte si lo desea consumir. Si no desea consumir finaliza el anterior proceso y el cliente decide qué servicio consumir o no. Luego se verifica la disponibilidad en el simulador de surf y se procede a prestar el servicio mencionado.

Tabla 15. *Flujograma para consumo de Río Lento del Parque Acuático*



En el proceso de consumir el servicio de Río Lento inicia desde el recibimiento de clientes y otorgación de información por los servicios que pueden consumir en el precio de entrada general y las diferentes áreas que requieren un precio adicional, si desea consumir se procede a su registro y previa cancelación del pago, de lo contrario finaliza el servicio de información, puede o no consumir el servicio o simplemente hacer uso de las instalaciones acuáticas. Al final después de la respectiva facturación se procede a cumplir con el proceso recreativo.

3.4 Ingeniería del proyecto

3.4.1 Distribución de la planta

Dentro de la distribución del emprendimiento se establecerá en un terreno de la dimensión de 13.000 m². El Parque Acuático Buena Ventura ofrecerá un producto de recreación acuática en el cantón Antonio Ante, parroquia de Imbaya, con una extensión de una hectárea con ambientación de Hawái, con flora no autóctona del lugar, esto con el fin de dar una temática al establecimiento, y tratar de recuperar los espacios verdes naturales que poseía el terreno desde un principio. Donde se tiene las áreas como:

Área de zonas húmedas

Se aprecia la presencia de piscinas que consta 1.748 m² que se conforma de ocho zonas húmedas como el producto principal del establecimiento de diferentes dimensiones complementadas de su respectivo tobogán, con diferente diámetro y longitud para crear diferencia entre los productos a ofrecer.

Así mismo dentro de esta categoría se incluye la zona recreativa de río lento con un área aproximada de 500m² en forma circular con sus variaciones o desviaciones de infraestructura con un nivel de agua de un metro de alto y arrastrando a los turistas por medio de la corriente producida por bombas de agua.

De igual manera tenemos el espacio del simulador de surf para el deleite de los turistas con una dimensión de 294m² (14x21), que tiene una base de plástico para la correcta circulación del agua emanada por las bombas de presión que es vital para el respectivo uso del espacio recreativo.

Área de toboganes

Se tiene la implementación de toboganes extremos y toboganes amplios y de gran altura y diversa forma, que son fuera de lo común a lo que se está acostumbrado a observar dentro de otros establecimientos que presentan productos similares, haciendo más énfasis en la región sierra. En total se tiene 11 toboganes para uso recreativo, apreciándolo en un diámetro de alrededor de 3.000m²

Área de recreación para niños

Una zona destinada exclusivamente para los niños donde apreciarán estructuras metálicas y de plástico para el uso recreativo dentro de un espejo de agua con una medida de 555 m³ (37x25x0.6), además, de estar acompañado de la temática del establecimiento para toma de fotografías y mejor apreciación de los mas pequeños de la casa.

Área de vestidores

Representa la zona de vestidores para el correcto cambio de ropa de los clientes, también existe la presencia de baños, lockers para el depósito de ropa y las duchas para el respectivo aseo al momento de ingresar o salir de las instalaciones acuáticas, conlleva un área de construcción de 400m².

Área de SPA

Un sitio de relajación para los clientes que se encuentren en constante estrés, y puedan alcanzar mediante este servicio una relajación del cuerpo y la mente, se propone un paquete de SPA completo con ciertos tratamientos de

relajación, dentro de esta zona se encuentran duchas, baños de cajón y el hidromasaje. El área consta de 250² de construcción.

Área de recepción y administración

Equivale a la oficina de recibimiento de turistas, con el procedimiento de otorgar información y realizar el respectivo cobro para el ingreso al establecimiento y puesta de las respectivas manillas que identifican el nivel de ocupación de todo el parque acuático según su color, si tiene limitaciones o no. Esto contara con un área de 200 m².

Área de purificación o tratamiento de agua

Aquí se obtiene la presencia del sistema de set Bacht (Biorreactor continuo industrial), para el correcto manejo de los estándares del agua para uso en las respectivas zonas húmedas, siendo de manera automática su purificación con la presencia de bicarbonato de sodio, evitando el uso de cloro. Esta zona ocupa un espacio de 350m² en construcción.

Área de venta de artículos

Implementación de una zona para venta de recuerdos y artículos para uso dentro y fuera de las instalaciones acuáticas, en esta zona se promociona la venta de camisetas, vividis, cepillos para peinar, gorras, tomatodos, llaveros, gorros de baño etc. Con una construcción de 40m², ubicada alado de la garita de cobro.

Área de espacios verdes

Con el fin de apreciar espacios verdes para que los clientes puedan realizar actividades recreativas en tierra o césped, como jugar futbol, vóley o simplemente hacer dinámicas entre la familia, el área de ocupación de esta es de 500m².

Área para juegos de mesa

Juegos de mesa para recrear entre amigos o familiares, mediante la presencia de mesas de billar, mesa de ping pong, y el infaltable futbolito, una pequeña zona de 160m² de construcción para que los clientes realicen actividades para distraerse y divertirse.

Área de comidas

Los clientes tienen a disposición un salón y locales de comida para satisfacer la necesidad fisiológica que es la de alimentarse, para ello tiene diez zonas para escoger la diferente o similar comida que se ofrece en cada uno de ellos, como puede ser la apreciación de mariscos, picaditas, comida tradicional, y también los respectivos jugos, aguas, cervezas. Esto tiene una construcción de 500m².

Área de parqueadero

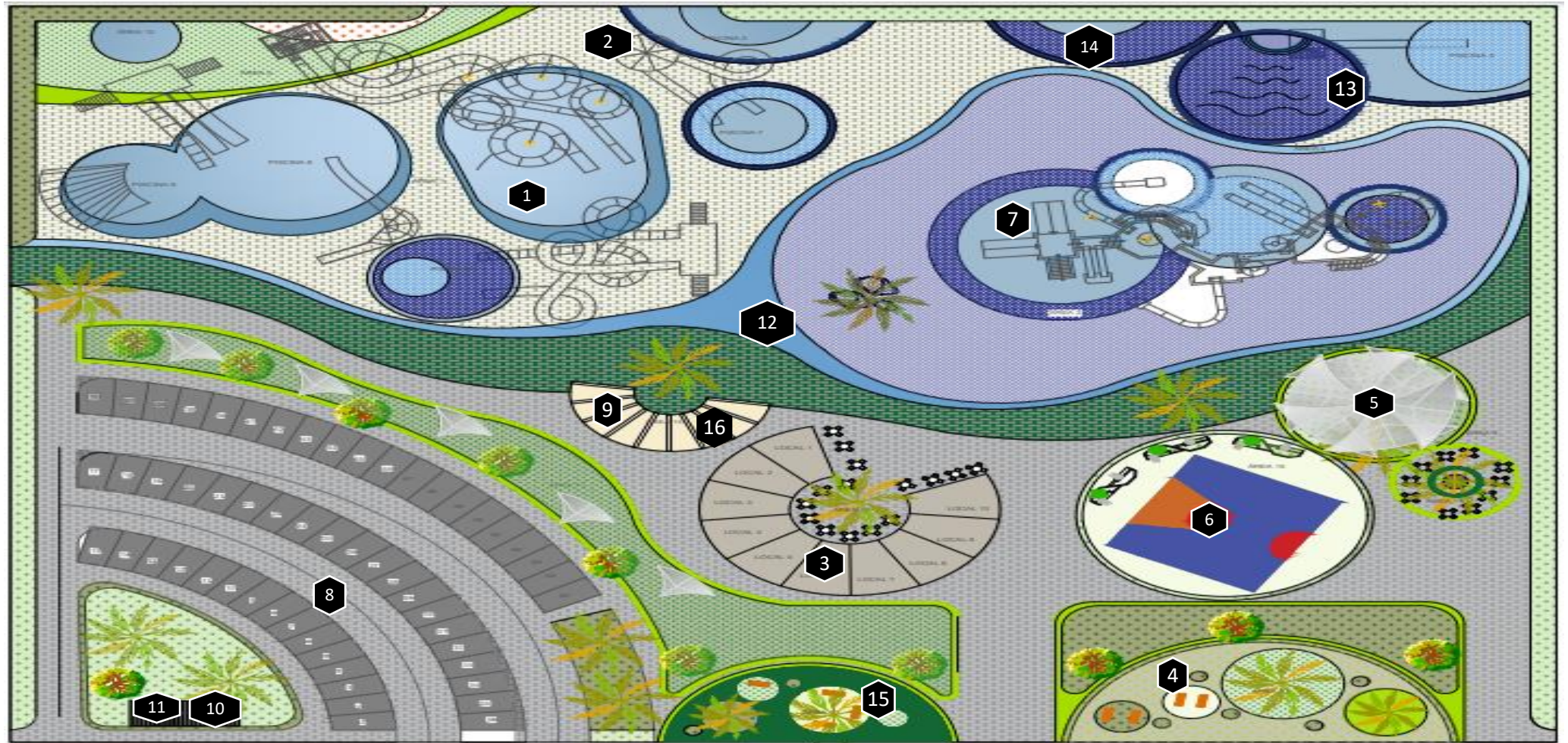
Zona de parqueadero donde los clientes que lleguen con su respectivo vehículo particular, ya sea automóvil, motocicleta o bicicleta tengan un espacio donde parquear y dejarlo de manera segura. Esto conlleva un diámetro de 1.350m².

Área de vapor

Comprende la existencia de una sauna y un turco para un exclusivo producto de relajación en un cuarto de vapor y humedad que podrá ser utilizado por cualquier persona, comprende un área de construcción de 80m².

3.4.2 Diseño planimétrico de la planta

Figura 58. *Diseño planimétrico del Parque Acuático Buena Ventura*



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Leyenda

1. Piscinas
2. Toboganes
3. Patio de comidas
4. SPA
5. Vestidores
6. Área de recreación
7. Espejo de agua para niños
8. Parqueadero
9. Recepción y administración
10. Venta de artículos
11. Garita de Cobro
12. Río Lento
13. Simulador de Surf
14. Tratamiento de agua
15. Juegos de mesa
16. Sauna y turco

3.4.3 Requerimiento por áreas

Tabla 16. *Infraestructura*

Adecuaciones/ construcciones	Características	Cantidad	Valor unitario	Total
Terreno	Terreno con una dimensión de 12.000 m ²	1	115.000	115.000
Maquinaria	Presencia de maquinaria para obtención de material, excavación y adecuación del	8	500.00	4.000

	terreno.			
Piscina #1	La piscina #1, con uso libre de natación, contara con 839 m ³ (34x14x1.9), con un acabado de cerámica.	1	90.000	90.000
Piscina #2	La piscina #2 con uso libre de natación, contara de 561 m ³ (30x12x1.7) con un acabado de cerámica.	1	70.000	70.000
Piscina #3	La piscina #3 constará de una medida de 750 m ³ (25x10x3) con un acabado de cerámica, que será la complementación del tobogán extremo.	1	54.000	54.000
Piscina #4	Las piscinas #4 constara de una medida de 44.8 m ³ (7x4x1.6) con un acabado de cerámica, constaran de la presencia de toboganes.	1	27.000	27.000
Piscina #5	La piscina #5 constará de una medida de 112 m ³	1	18.000	18.000

	(7x10x1.6) con un acabado de cerámica, constará con la presencia de toboganes.			
Piscina #6	La piscina #6 constará de una medida de 117 m ³ (13x6x1.5) con un acabado de cerámica. Constará con la presencia de toboganes.	1	22.000	22.000
Piscina #7	La piscina #7 constará de una medida de 117 m ³ (13x6x1.5) con un acabado de cerámica constará con la presencia de toboganes.	1	15.000	15.000
Piscina #8	La piscina #8 constará de una medida de 795.6 m ³ (34x13x1.8) con un acabado de cerámica constará con la presencia de toboganes.	1	80.000	80.000
Área de Duchas	Construcción de duchas para que las personas previamente puedan ingresar a las piscinas o salir a los vestidores	1	2.000	2.000
Área recreacional para niños/ espejo	Construcción del área recreacional para niños la cual	1	70.000	70.000

de agua	constará de una longitud de 555 m ³ (37x25x0.6).			
Área de SPA	Construcción del área para el servicio de SPA con medidas de 250 m ² . Elaborado de materiales de madera, bloque y cemento.	1	5.000	5.000
Toboganes	Propuesta #1 tobogán extremo lineal con caída libre. La atracción del primer tobogán extremo, que constará de 20m de alto con un recorrido de 30m para deslizarse, finalizando con una punta alzada para saltar por el aire y caer a la piscina, constará de 3 canales, elaborado de fibra de vidrio. Y con bases metálicas.	1	14.000	14.000
	Tobogán #2 (Multiside). Tobogán lineal con 5 canales que consistirá en descender con la ayuda de una boya para mayor deslizamiento. Con un recorrido de 40 metros, elaborado de fibra de vidrio. Y con bases metálicas	1	17.500.	17.500

	<p>Tobogán #3 (Spacebowl). Tobogán con el objetivo de mantener al usuario dentro de un círculo semicerrado para giros en círculo, esto se puede hacer sin boya o con ella, elección del cliente, elaborado de fibra de vidrio. Y con bases metálicas</p>	1	.12.000	12.000
	<p>Tobogán #4 (tipo Sky box). Tobogán de caída libre con una altura de 12 metros, estando al final del tobogán una ligera subida para el acumulo del agua, y este sea el objeto que frena al usuario, elaborado de fibra de vidrio. Y con bases metálicas.</p>	2	4.500	9.000
	<p>Tobogán #5 (Super Squid). Toboganes de 5 canales tipo super squid con la mezcla de tobogán tubular al inicio, y finaliza con una caída libre, elaborado de fibra de vidrio. Y con bases metálicas.</p>	1	20.000	20.000
	<p>Tobogán #6 (Slide Cone). Tobogán similar al</p>	1	30.000	30.000

	torbellino, pero en un diámetro más extenso, su uso es con boya para ir sentado, se mezcla con un tobogán tubular en su inicio, su material es echo con fibra de vidrio. Y con bases metálicas.			
	Tobogán #7 (Variante Torbellino). Tobogán similar al Slide Cono, pero de manera abierta y de recorrido más corto, su uso es con boya, su material es echo con fibra de vidrio. Y con bases metálicas.	1	23.000	23.000
	Tobogán #8. Tobogán ancho con desniveles durante su corto recorrido. Echo con material de fibra de vidrio	1	17.000	17.000
	Tobogán #9. Tobogán ancho con un desnivel ascendente elaborado de fibra de vidrio y sostenido por bases metálicas.	1	35.000	35.000
	Tobogán #10. Tobogán amplio, combinado entre péndulo y tubular,	1	37.000.	37.000

	elaborado de fibra de vidrio y sostenida por bases metálicas			
	Tobogán #11. Toboganes tubulares de 60 metros de recorrido, elaborado de fibra de vidrio y sostenido por bases metálicas	2	9.000	18.000
Área para Simulador de Surf	Área de adecuación para previo posicionamiento de la base del simulador	1	4.000	4.000
Área de Río Lento	Construcción y adecuación del área para conexión entre el simulador de surf y este desemboque al río lento, y tenga la corriente deseada para impulsar a los consumidores, con un área de 500 m ² (125x4x0.9). con un acabado de pintura resistente al agua.	1	35.000	35.000
Área de administración y garita de cobro	Construcción del área de Recepción y fachada tipo rustico de madera y bloque, paredes enlucidas con cemento, consta	1	4.000	4.000

	el recibimiento con el logo de la empresa con un área aproximada de 200 m ²			
Guardianía	Pequeña cabaña con acabados de bloque y enlucido, con techo de madera tipo rustico, con un área de 10 m ² que se ubica adentro del área de recepción, y alado del parqueadero. Para que los cuidadores verifiquen la estancia de los artículos de la empresa y los vehículos de los clientes	1	2.000	2.000
Bodega	Construcción del área de bodega para guardar los distintos artículos y productos de la empresa. Elaborado de bloque y cemento en su totalidad.	1	3.000	3.000
Locales de comida y salón de comidas	Construcción de pequeños locales de comida para poner en arriendo. Con materiales de madera, bloque y cemento, con sus respectivas instalaciones de luz y agua potable.	10	3.500	35.000

Área de Baños de hombres y mujeres	Construcción de área de servicios higiénicos	2	3.000	6.000
Área de vestidores	Construcción de vestidores para las personas que quieran ingresar a las piscinas, elaborado de bloque.	1	5.000	5.000
Área de tratamiento de agua	Conlleva el cuarto apropiado para el uso o estadía de artefactos para la correcta circulación y tratamiento del agua de las piscinas. Alrededor de 350 m ²	1	5.000	5.000
Parqueadero	Zona de estacionamiento de los vehículos de los clientes, ya sean automóviles o motocicletas. Elaborado con la técnica de empedrado y pequeñas delimitaciones de presencia de césped.	1	2.000	2.000
Área para venta de Artículos	Área exclusivamente para venta de artículos a los clientes que van a ingresar al establecimiento, junto a la garita de	1	1.000	1.000

	cobro.			
Área de sauna y turco	Construcción de la zona de turco a base de madera	2	3.000	6.000
Área para juegos de mesa	Construcción del área a base de caña guadua	180	4.00	720.00
	Techado con hojas de zinc	40	8.00	320.00
PRESUPUESTO TOTAL				913.540 usd.

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Maquinaria y Equipo

Tabla 17. *Maquinaria y Equipos*

ÁREA	EQUIPO	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	VALOR
Piscinas	Cobertores de piscinas	11	Cobertores de piscinas para proteger todas las zonas húmedas del polvo, hojas y demás residuos que pueden contaminar en mayor cantidad el agua.	1100.00
Salón de Comida	Mesas	40	Mesas de madera de palets para que las personas puedan servirse los alimentos, tendrá una medida de 1.2m	800.00

			de largo, un ancho de 1.2m, y una altura de 90cm.	
	butacas	80	Butacas cubiertas de cuerotex hechas de madera de palets con medidas de 50cm de largo, 50cm de ancho y una altura de 60cm.	800.00
	Televisor	2	Televisor marca zitro de 55 pulgadas, para entretenimiento de los consumidores	700.00
	Extintor	2	Extintor de incendios, capacidad 10 libras	40.00
Recepción y Administración	Mesa para atención del cliente	1	Material de melamina para respectivo recibimiento de turistas., con cajones para poner documentos y respectivo dinero de cobro, de 60cm de largo, 2.5m de ancho y una altura de 1.2m de alto.	100.00
	Computadoras	3	Computadora marca Asus, para registro y facturación de los clientes que lleguen.	1.500
	Sistemas de cámaras de seguridad	10	Cámaras de seguridad para todo el parque acuático, incluyendo área de restaurante y recepción. Las	2.500

			cámaras tendrán funcionalidad por medio de Wi-Fi.	
	Sillas giratorias	3	Silla giratoria para recepción	120.00
	Archivador	2	Echo de material metálico, con 4 cajones para poner documentación, color negro.	280.00
	Impresora	1	Impresora marca Epson L320, tinta continua, funciona también con Wi-Fi.	210.00
	Alarma	1	Sistema de alarma de activación manualmente por botón, o directamente de celular.	350.00
	Mesas	2	Mesas para el área de administración y uso para previas capacitaciones a colaboradores, elaboradas de melamina	160.00
	Proyector	1	Proyector para realizar reuniones y capacitaciones con mayor facilidad y entendimiento.	100.00
	Lavamanos	3	Lavamanos marca corona, uso de manera pública, situado dentro del	60.00

Baños, duchas y vestidores			parque acuático	
	Urinaris	5	Urinario Quantum HEUE398, situado en el baño de hombres	175.00
	Inodoros	10	Inodoro AgerE121, repartidos para baños de hombres y de mujeres	450.00
	Bancos	15	Bancos madera para los vestidores	150.00
	Espejos	3	Espejos de 1.50x2.00 largo	75.00
	Cesta de basura	10	Canasto de basura para exterior	250.00
	Duchas	5	Duchas para que los usuarios utilicen antes y después de ingresar a las zonas acuáticas	75.00
	Recepción de vestimenta/lockers	1	Casilleros para dejar las prendas de los clientes, elaborado de madera y guadua.	400.00
Bodega	Chalecos salvavidas	30	Chaleco salvavidas de marca Onyx de tipo "III" de varios tamaños	600.00
	Generador de energía	1	Generador de energía marca Eagle Diesel 9,5kw A 10,5kw Motor 23hp	3.000

			110/220v	
	Cartuchos de filtro	10	Cartuchos de filtro de repuesto Aquasana AQ-5200R AQ de 2 etapas	800.00
	Aspiradora	3	Aspiradora de piscina para limpieza a profundidad del agua	60.00
	Fibra de vidrio	5	Láminas de Fibra de vidrio para elaborar distintos moldes que pueden remplazar alguna pieza que sea necesario.	50.00
Guardianía	Cama de 1 plaza	1	Cama de madera de una plaza, para descanso de guardia de seguridad.	60.00
	Colchón de 1 plaza	1	Colchón semi ortopédico de una plaza marca Chaide	100.00
	Escritorio	1	Escritorio echo de melamina con cajones para resguardo de documentación o artículos de seguridad.	150.00
	Extintor	1	Extintor de incendios, capacidad 10 libras	20.00
	Armario	1	Armario para guardia de seguridad pueda	150.00

			guardar su ropa y artículos de seguridad.	
Equipo para toboganes	Soporte de toboganes	12	Soportes de toboganes para el correcto ascenso de los clientes al inicio de cada tobogán a consumir, elaborado de bases y escaleras metálicas.	24.000
	Bombas de agua	35	Bombas de agua de baja presión para la correcta fluidez dentro de los toboganes.	2.800
Simulador de Surf y río lento	Base de fibra de vidrio	1	Rampa en forma de ola elaborada de fibra de vidrio, para la respectiva fluidez de agua sobre este equipo	4.000
	Bombas de agua	5	Bombas de agua ubicadas de forma lineal en el inicio de la base del simulador, para generar presión y se pueda llevar a cabo dicha actividad.	500.00
	Cajones	4	Cajones con medidas de 80cm de largo, una anchura de 80cm y una altura de 1.30 m cada cajón.	480.00
	Generador de 1.5kW	1	Generador que se encarga de generar calor, en lo cual se	400.00

SPA			necesita para el funcionamiento de los baños de cajón	
	Cámara de inmersión	1	Echa de acero inoxidable, con resistencia eléctrica controlada por termorregulador	1.000
	Duchas de 110v	3	Duchas de agua fría para finalizar el tratamiento al salir de los baños de cajón.	75.00
	Sillas de madera	3	Sillas largas de madera para la zona de espera de los clientes de ser el caso.	150.00
	Hidromasajes	1	Hidromasajes para la relajación de los clientes, que va en conjunto Del servicio de SPA, otorgando diversificación en el área de relajación	5.000
	Camillas de masajes	3	Camillas de masajes para llevar a cabo la actividad masajista corporal y de piedra en esta misma camilla.	300.00
	Laptop	1	Laptop marca Asus para poner música de relajación y continuar con el proceso de relajación	200.00

Herramientas de trabajo para mantenimiento	Cepillos para piscinas	3	Cepillo para piscina leroy merlin	18.00
	Red de hojas	3	Red recolectora de hojas para/alberca tipo pala	45.00
	Aspiradora para piscina	3	Aspiradora Polaris 5-100-00 Spa Wand 510000 Blue OEM	240.00
	Manguera de aspirado	3	Manguera corrugada para llevar a cabo el mantenimiento de limpieza de una piscina en caso de encontrarse con contaminantes externos.	30.00
Equipo para la distribución de agua para piscinas	Tubería 4"	40	Tubería de 4 pulgadas para las conexiones.	160.00
	Tubería 2"	50	Tubería de 2 pulgadas para conexiones de tratamiento y piscinas	350.00
	Manguera de 1/2"	4	Rollos de manguera de 1/2, aptos para presión de agua, que consiste en la distribución dentro de los toboganes.	200.00
	Bomba impulsora	3	Bombas de Agua para piscinas de alto caudal 3 Hp, SR EMAUX, 4 pulgadas.	1.500

	Bomba de agua	10	Bombas de agua, de diferente presión abastecimiento para tubería de 2 pulgadas	1.000
	Llaves de paso	30	Válvulas de bola PVC deslizante de 2 pulgadas	270.00
	Skimmer	30	Skimmer estándar para piscinas	1.500
	Canastas	30	Canasta plástica de la marca Ratán	120,00
	Escalera para piscinas.	2	Escalera de Acero Inoxidable para piscina.	40,00
	Barandales	2	Barandal hecho de acero inoxidable y madera	60,00
Prevención y salud	Kit de primeros auxilios	3	Botiquín de primeros auxilios	30.00
	Extintor	5	Extintor Pqs De 10 Libras	100.00
Tratamiento de agua	Bacht	1	Un set de Bacht industrial que permite la purificación del agua en un proceso continuo mientras en el establecimiento está en funcionamiento, capacidad de una tonelada.	7.000

	Tanque de conservación de agua	3	Tanque de plástico de 750.000 galones para recolección de agua pasada por el Bach y previa distribución de agua por todo el establecimiento mediante bombas.	6.000
	Filtros de arena	5	Filtro de piscina marca Coral, donde se usará en la parte de tratamiento de las instalaciones. No será de uso diario, solo cuando este sea necesario.	750.00
	Paneles solares	5	Paneles solares para el correcto funcionamiento eléctrico del bacht y no generar grandes cantidades de consumo eléctrico.	1.750
Calentadores de agua	Calentadores de agua	10	Calentadores de agua a base de paneles solares, para ahorrar energía	3.500
Iluminación	Reflectores led	70	Reflectores led de 600w para la iluminación dentro del establecimiento	910.00
	Reflectores led multicolor	50	Reflectores led multicolor de 200w para decoración y ambientación de las instalaciones internas.	400.00
Área para juegos de mesa	Mesa de billar	3	Mesa de billar mediana, incluido los tacos, triángulo y las respectivas bolas.	900.00
	Mesa de ping pong	2	Mesa de ping pong con su respectiva red, raquetas dobles y sus respectivas	360.00

			pelotas.	
	futbolito	2	Futbolito de madera, con capacidad de 4 personas.	400.00
TOTAL				90.983 usd

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Tabla 18. *Insumos*

ÁREA	INSUMO	CANT	CARACTERÍSTICAS	VALOR UNIT.	TOTAL
Guardianía	Walkie Talkie	6	Walkie talkie para comunicación entre el guardia y personal de trabajo	30.00	180.00
Recepción y Administración	Calculadora	2	Calculadora Casio	3.00	6.00
	Teléfono	2	Teléfono fijo para atención de llamadas	25.00	50.00
	Resma de papel	2	Resma de papel de caña de azúcar	5.00	10.00
	Botiquín primeros auxilios	1	Botiquín con implementos de salud en caso de ser necesario	35.00	35.00

	Útiles necesarios de oficina	10	Lápiz, borrador, esferos, grapadora, perforadora, carpetas, grapas	4.00	40.00
	Basurero	1	Basurero de residuos orgánicos e inorgánicos	5.00	5.00
SPA	Aceite	2	Aceites esenciales para masajes corporales.	10.00	20.00
	Cremas	5	Cremas para hidratación de la piel	8.00	40.00
	Piedras	2	Kit de piedras calientes para el uso en el tratamiento de relajación	70.00	140.00
	Toallas	10	Kit de toallas para el uso respectivo de las personas ya sea en la cara, cuerpo o pelo.	20.00	200.00
	Esencias	1	Kit de esencias para la aromatización del ambiente y cuerpo corporal.	7.00	7.00
Productos químicos	Bicarbonato de sodio	5	Bicarbonato de sodio, 5 kilos	9.00	45.00
	Pastillas de tricloro	18	Pastillas de tricloro para mantenimiento de limpieza en piscinas	3.00	54.00

	Clarificante	5	Clarificante flocculante marca acidet 4.6kl	11.00	55.00
Ambientación	Palmeras naturales	50	Palmeras naturales traídas de Santo Domingo	8.00	400.00
	Plantas ornamentales	400	Plantas ornamentales para decoración del negocio, adecuado a la temática de Hawái	2.50	1.000
	Decoración de cemento	20	Decoraciones de tótems representativos de Hawái	200.00	4.000
	Decoraciones del negocio/temática	10	Decoraciones en fibra de vidrio de tótems, y cultura representativa de Hawái	300.00	3.000
	Decoraciones para niños	4	Ambientación sobre la temática en área de niños echas de fibra de vidrio	300.00	1.200
	Estructura metálica para espejo de agua	1	Estructura elaborada en acero inoxidable para crear el espejo de agua o zona de niños para generar actividades de recreación.	10.000	10.000
	Mallas metálicas	50	Mallas metálicas para realizar la decoración cubiertas	20.00	1000.00

			de cemento		
	Césped	500	Chambas de Césped natural de 1.50x1.50, para la implementación de una zona recreativa en tierra.	1.50	750.00
	Adecuaciones peatonales	1	Adecuaciones para el libre paso de los clientes dentro de las instalaciones, elaborado de materiales como guadua, piedra, césped y cemento,	15.000	15.000
Insumo para uso de toboganes	Boyas inflables	15	Boyas inflables para el correcto uso dentro de las instalaciones acuáticas que lo requieran obligatoriamente o no, capacidad máxima de 3 personas.	15.00	225.00
	Esteras para deslizarse	20	Esteras elaboradas de plástico para uso dentro de los toboganes	4.00	80.00
Río lento	Pintura de caucho	20	Baldes de pintura epoxica para piscina.	30.00	600.00
	Boyas inflables	15	Boyas inflables para el correcto uso dentro de las instalaciones acuáticas que lo requieran obligatoriamente o	15.00	225.00

			no		
Simulador de Surf	Tablas de surf	3	Tablas de surf usadas por clientes eperimentados en dicho deporte acuático	100.00	300.00
	Tablas de natación	4	Tablas de natación para las personas que no tienen experiencia en dicho atractivo, generando mayor confianza de consumir el producto	20.00	80.00
Tienda de artículos	Camisetas	20	Camisetas de algodón con el logo del emprendimiento	4.50	90.00
	Gorras	10	Gorras que lleve el logo del emprendimiento	4.50	45.00
	Trajes de baño masculino	20	Pantalonetas para hombre de diferentes tallas y diseños	3.50	70.00
	Trajes de baño femenino	20	Trajes de baño de una y dos piezas para mujeres	4.00	80.00
	Cepillos	10	Cepillos para peinarse el cabello	2.00	20.00
	Bolsos	15	Bolsos de tela	5.00	75.00
	Tomatodo	10	Tomatodos de plástico y metálicos que conlleve el logo	4.00	40.00

			del emprendimiento		
	Gorros de baño	50	Gorros de baño de tela para el uso dentro de las piscinas	0.5	25.00
	Llavero	20	Llaveros de plástico que contenga el logo o el nombre del negocio	0.75	15.00
	Vividi	20	Vividis con el logo del establecimiento	4.00	80.00
	Artesanías	40	Artesanías elaboradas en madera, recuerdos para los clientes	1.50	60.00
Manillas	Manillas	1000	Manillas de seguridad para agua con diferentes colores y diseño de la empresa	1.00	1.000
Instalaciones	Gastos de instalaciones en general	1	Gastos por instalaciones de hidromasajes, baños de cajón, bases metálicas de toboganes, etc.	7000	7000.00
TOTAL					47.947 usd

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Tabla 19. *Capital de trabajo*

ÁREA	RUBRO	CANT	CARACTERÍSTICAS	VALOR UNIT.	TOTAL
Servicios básicos	Luz	1	120 volteos de luz consumidos al año	300,00	1800.00
	Agua potable	1	Consumo de servicio de agua potable	600,00	3600.00
	Invacable	1	Servicio de cable para tv	15,00	90.00
	Internet y teléfono fijo	1	90 mg de velocidad, Xtrim	85,00	510.00
Servicio fuente de agua	Acogida de agua de río	1	Pago por la acogida de la fuente de agua de río Ambí	300.00	1800.00
Salarios	Personal polifuncional	6	Limpieza, servicio de recepción, servicio de mantenimiento, atención al cliente, área de masajes, operación de toboganes.	450,00	16.200
	Administradores	2	Administradores del emprendimiento.	450.00	5.400
	Guardia de seguridad	1	Pago de salario por los servicios prestados al guardia de	600.00	3.600

			seguridad.		
	Administrador de Publicidad	1	Persona encargada de funcionamiento de redes, diagnósticos de problemas, generador de contenidos multimedia, Instalaciones y mantenimientos de redes	550.00	3.300
Márketing y Publicidad	Página web	1	Diseño y mantenimiento del producto y servicio del negocio en internet, creando una página web.	30,00	30.00
	Redes sociales	1	Mantenimiento y diseño del negocio en redes sociales, creación de páginas en redes y publicidad	60.00	60.00
	Mapa registrado en Google	1	Registro en la plataforma Google maps para su fácil acceso	60.00	60.00
	Volantes	1000	Creación y repartición de volantes para promocionar el sitio turístico	0.2	200.00
	Publicidad marketing y	2	Publicidad pagada en plataformas sociales, emisoras de radio para que los clientes conozcan el	500.00	10500.00

			emprendimiento.		
Capital extra	Imprevistos	1	Imprevistos que se pueden necesitar para cubrir posibles falencias en el proyecto antes o después de la ejecución.	15.000	15.000
TOTAL				21700.20	62150.00

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

3.5 Inversiones y capital de trabajo

Tabla 20. *Inversión*

Construcción/adequaciones	913.540 USD
Maquinaria y equipos	90.983USD
Insumos y requerimientos	47.947 USD
Capital de trabajo	62.150 USD
TOTAL	1,114.620 USD

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

3.6. Estructura organizativa y administrativa

3.6.1. Misión

La misión del parque acuático Buena Ventura es ofrecer la mejor experiencia de recreación, diversión y ocio, proporcionando una excelente atención al cliente de la manera más eficaz y eficiente satisfaciendo sus gustos y necesidades con los servicios proporcionados por las instalaciones. 485.000

3.6.2. Visión

Posicionarse como el principal sitio turístico de la provincia de Imbabura y de toda la región norte, además ser líderes en la prestación de servicios de recreación acuáticos mediante el uso de toboganes extravagantes y otras actividades relacionadas, garantizando el bienestar absoluto de todos los visitantes.

3.6.3. Políticas

- Prohibido introducir alimentos y bebidas
- Prohibido el acceso con mascotas
- Prohibido introducir bebidas alcohólicas
- Prohibido el consumo de estupefacientes
- Los alimentos y bebidas proporcionado por el restaurante deben ser consumidos dentro del salón de comida y no fuera de él.
- Uso obligatorio de gorro de baño para hombres y mujeres dentro de las instalaciones acuáticas
- Hacer uso de las duchas antes de ingresar a las piscinas u toboganes
- Niños menores de edad deberán estar acompañados de un adulto
- Prohibido el uso del tobogán extremo para personas cardíacas
- Prohibido el uso de toboganes a mujeres embarazadas
- Prohibido fumar dentro de las instalaciones
- Mantener serenidad y paciencia al momento de esperar el respectivo turno sobre el uso de las instalaciones de los toboganes

- El uso del tobogán extremo para menores de edad se concederá bajo la autorización de los padres de familia o el respectivo acompañante responsable del niño
- Otorgar información a los clientes al respecto del funcionamiento del parque acuático
- Adaptación a nuevas tendencias del mercado consumidor.
- Fomentar el trabajo en equipo con el personal del negocio mediante las capacitaciones
- Buen ambiente laboral

3.6.4. Valores

Honestidad

Ser lo más honestos, hablar con la verdad en los actos que se realiza, tanto como para brindar servicio y como para dar información, obteniendo un buen ambiente.

Responsabilidad

Estar al día en las actividades a realizar dentro del emprendimiento, como servicio, mantenimiento, preservación o construcción de nuevas o las mismas zonas, también generando responsabilidad con el ambiente en evitar contaminantes hacia el exterior del sitio turístico.

Calidad

Ofrecer un servicio de calidad, mediante los productos de primera mano para brindar y superar la expectativa y cumplir las necesidades de los clientes

Seguridad

Para ello, se posee material de primera, tanto en toboganes, piscinas y tratamiento para el uso del agua, brindando confianza a los clientes al momento de consumir los diversos servicios.

Amabilidad

Dar a los clientes un servicio de amabilidad, respeto y paciencia con los clientes que ingresan al parque acuático ante cualquier situación.

Respeto

Respetar a las personas sin importar su físico, etnia o religión, crear un ambiente de igualdad.

Profesionalidad

Valores éticos, conocimientos profesionales gracias a experiencia y estudio, ganas de brindar un buen servicio para crear expectativas únicas.

Puntualidad

Ser puntuales al momento de realizar cualquier actividad relacionada con el parque acuático, para evitar retrasos al momento de brindar el servicio, dando una buena imagen al mercado consumidor.

3.6.5. Marca e imagen corporativa

Un parque acuático es un establecimiento llamativo, en lo cual el nombre que será reconocido por los futuros clientes será de "AQUA PARK BUENA VENTURA" en lo cual la palabra Ventura significa "fortuna, prosperidad", dándole a la marca un sentido de vitalidad y de mayor importancia, siendo este un lugar donde las personas pueden sentirse en una zona donde pueda cumplir sus necesidades fisiológicas, ocio y recreación junto a familiares o amigos.

Para complementar el nombre del establecimiento se crea el slogan “UN MUNDO NUEVO POR DISFRUTAR”, con esto se otorga la intención de transmitir un establecimiento fuera de lo común, diferente a lo que se está acostumbrado a visitar dentro de los demás establecimientos que ofrecen productos similares.

Logotipo


Figura 59. *Logotipo Parque Acuático*





Nota: Elaborado por los autores, 2023.


Los elementos del logotipo se describen a continuación:


Color


 Gris claro: es un tono suave y neutral que puede simbolizar la pureza y la simplicidad, puede usarse en elementos arquitectónicos y áreas de descanso para crear un ambiente relajante y limpio, también puede reflejar la calma del agua en un día despejado.


 Gris oscuro: representa elegancia y sofisticación puede aplicar en detalles y elementos decorativos para resaltar y dar profundidad visual a ciertas áreas, también puede sugerir cierto misterio y emoción, lo que añade un toque intrigante al ambiente.


 Verde: es un color asociado con la naturaleza y la frescura y logra representar áreas verdes, jardines o paisajes acuáticos, lo que aporta una sensación de armonía y conexión con la naturaleza, también puede evocar la idea de representar la flora en medio del parque.


 Amarillo: El amarillo es un color vibrante y enérgico que representa el sol y la alegría y puede utilizarse para destacar zonas de diversión y entretenimiento, como áreas de juegos interactivos o toboganes emocionantes, asimismo, el amarillo puede transmitir la idea de entusiasmo y diversión, generando una atmósfera festiva y positiva.

 Naranja: El naranja es un color cálido y estimulante que evoca la energía y la vitalidad, puede emplearse para resaltar áreas de actividades y entretenimiento más intensas, como piscinas de olas o rápidos artificiales, también puede representar la emoción y la adrenalina que experimentan los visitantes en ciertas atracciones.

 Azul Marín: El azul marino es un tono profundo y oscuro que representa la inmensidad del agua para enfatizar áreas más profundas o atracciones acuáticas más emocionantes, creando una sensación de aventura y emoción.

 Negro: es un color poderoso y audaz que puede transmitir una sensación de elegancia y modernidad para acentuar características especiales y añadir un toque de lujo a ciertas instalaciones.

 Azul claro: El azul claro es un tono suave y relajante que representa la serenidad del agua y el cielo despejado, este color evoca sensaciones de tranquilidad y armonía, creando un ambiente acogedor para los visitantes, además, refuerza la conexión con el elemento acuático, lo que puede transmitir una sensación de frescura y limpieza.

 Azul oscuro: El azul oscuro es un tono más profundo que simboliza la profundidad del agua y la noche y puede ser utilizado para resaltar áreas

más profundas de las piscinas o atracciones, creando un efecto visual impactante, también puede sugerir aventura y misterio, lo que añade emoción a la experiencia del visitante.

Tras aclarar la significancia de cada color que conlleva el logotipo, falta aclarar las respectivas imágenes que consta de un tobogán tratando de generar interés en el público, ya que es el producto principal del establecimiento, las áreas donde generara la mayor diversión posible hacia los clientes, dando una perspectiva diferente con los usuales toboganes de la competencia. Se observa el sol que figura una idea de vacaciones, feriados ideales para salir de la rutina y disfrutar de un buen clima en un parque acuático. También se aprecia una boya de salvavidas, con esto se transmite seguridad, fuera y dentro de las instalaciones acuáticas del negocio. Y por último una mancha de agua que representa el propósito del establecimiento, pasar recreación sobre y debajo del agua.

Figura 60. *Uniformes de todo el personal del Parque Acuático Buena Ventura*





Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Los uniformes para los colaboradores polifuncionales se aprecian en la figura 60 donde se dividen en tres modelos, que representan: el personal de operación dentro del parque acuático, el personal de SPA y el personal de mantenimiento de las instalaciones cuando no esté el establecimiento en operación. Cuenta con ropa ligera y cómoda llevando siempre el logo de la empresa Buena Ventura

Figura 61. *Menaje de toallas para clientes de SPA*



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Se observa una propuesta de toallas que son ocupadas por los clientes que deseen consumir este servicio de relajación, ya que consiste en la

sudoración del cuerpo con su respectiva área para baño de este, existiendo la necesidad de tener este producto de manera indispensable.

Figura 62. *Identificación de los colaboradores del Parque Acuático*



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Cada colaborador dispondrá de su respectiva identificación, esta otorga información como: Nro. de identificación, fecha de nacimiento, fecha de admisión, fecha de expiración, un código de barras, el nombre del colaborador y la fotografía de este.

Figura 63. *Pulseras para identificación de consumo preferente por los clientes*



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Para diferenciar el pago realizado por los clientes sobre los productos que desean consumir y evitar incomodar en preguntarles de manera directa se presenta la idea de identificarlos mediante el uso de manillas, en lo cual se diferencia de tres colores que significan lo siguiente:

Azul: los consumidores pueden consumir las instalaciones de piscinas, toboganes, juegos de mesa, baños, vestidores, lockers, áreas verdes, espejo de agua, que incluye en el pago de ingreso de \$10 dólares adultos y \$6 los niños.

Naranja: los consumidores pueden consumir las instalaciones igual que los que poseen la pulsera azul, pero se añade los productos de simulador de surf y río lento, esto incluye tras a ver cancelado en la garita de cobro el valor de \$13 dólares adultos o \$9 dólares los niños

Blanco: los consumidores pueden consumir las instalaciones igual que los que poseen la pulsera naranja, pero se añade el producto de SPA, esto incluye tras a ver cancelado en la garita de cobro de un valor de \$43 dólares por adulto.

Figura 64. Propuesta de señalética dentro de las instalaciones del Parque Acuático Buena Ventura

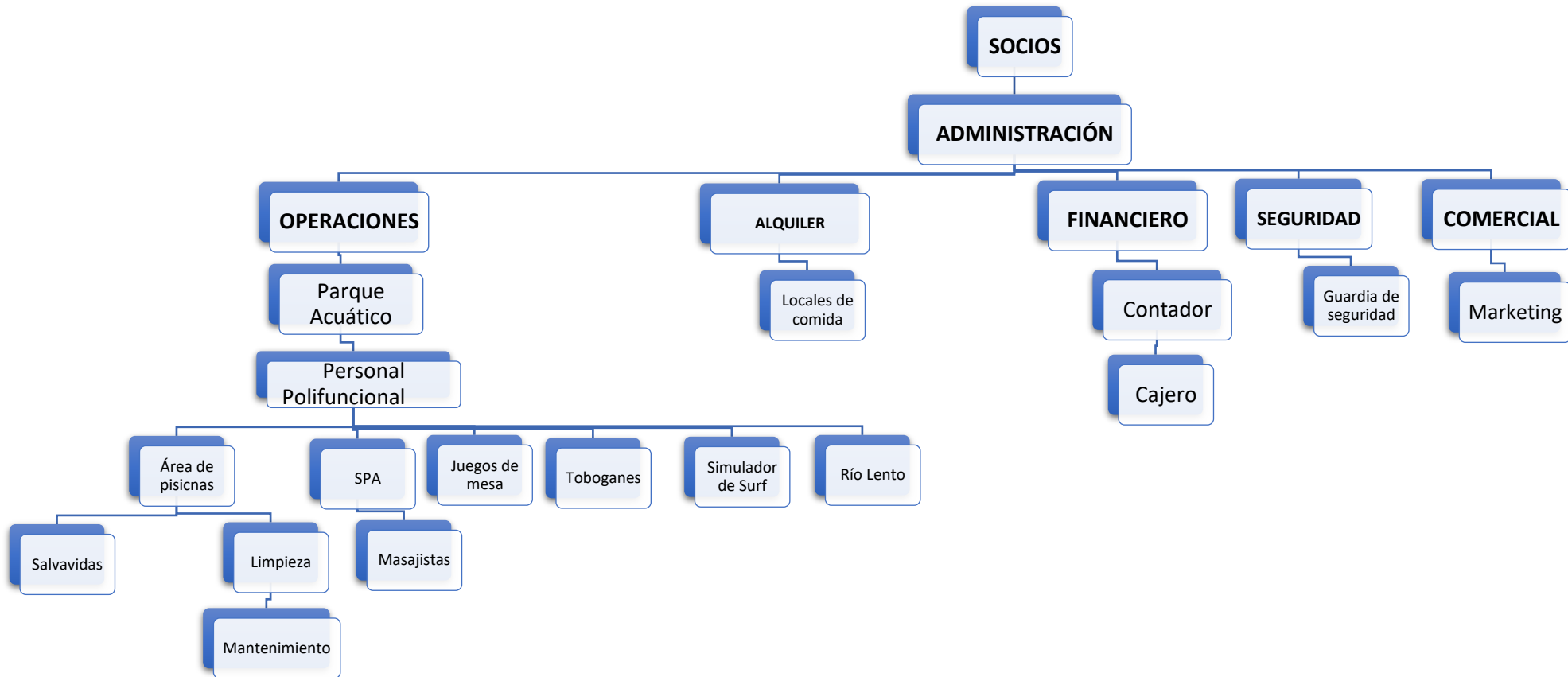


Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Dentro del establecimiento se aprecia diferentes zonas recreativas acuáticas y no acuáticas, en lo cual para mayor facilidad de saber dónde se encuentran ciertas áreas se implementa la idea de colocar una señalética donde dé a conocer la dirección de cada sitio, así evitándose perder dentro de las instalaciones, además estas señaléticas dispondrán de información, próximas ofertas y publicidad del establecimiento.

3.6.6. Organigramas

Figura 65. Organigrama Parque Acuático Buena Ventura



Nota: Elaborado por los autores, 2023

El organigrama propuesto anteriormente forma parte de la etapa operacional y funcional, aclarando la estructura que tendrá el Parque Acuático, donde se ubica a la cabeza los respectivos socios con el propósito de cumplir el objetivo, que es la creación del establecimiento, aportando con conocimiento, construcción y capital, desarrollando un proyecto de responsabilidad.

Le sigue el puesto de la Administración, que conlleva la respectiva administración del sitio turístico, sus políticas, valores, metas, objetivos, misión, visión, etc. Es el área que da vida al negocio, donde nacen las ideas para la creación, sustentabilidad y mejora continua.

El sector de área comercial se trata del marketing y publicidad, donde el departamento se dedicará a promocionar el establecimiento mediante ciertos canales de distribución para llegar a los clientes, y por su respectiva página web. Además, de estar pendiente a las preguntas de los clientes, otorgando respuestas e información sobre los productos que anteriormente expuestos. Para ello constara de una persona a cargo de esta área.

Dentro del departamento de seguridad, estará a cargo una persona para el cuidado de todas las instalaciones del negocio, las respectivas guardias serán realizadas durante la noche, y entre semana fuera del horario de funcionamiento del establecimiento, cuando se ejerza la respectiva función de dar mantenimiento a las zonas acuáticas.

En la función financiera será administrada por una persona que se encargará de recibir a los clientes, otorgar información sobre los precios que el negocio posee, realizar el respectivo cobro y entrega de factura para el ingreso de los turistas. Existe otra persona en esta área que se trata de un/a contador/a, que su función primordial es llevar la contabilidad de la empresa para conocer la rentabilidad y aspectos positivos o negativos, cabe recalcar que esta persona no será contratada fijamente, se pagara por su servicio dentro de un tiempo determinado, en este caso cada tres meses por la prestación de sus servicios y se pagará el o los días que ejerza su ayuda.

Entrando a la zona de alquiler, aquí se trata de generar un ingreso mediante el alquiler de locales de comida, donde de la parte administrativa del parque acuático se ofrece un pequeño local para cocinar y atender a los clientes y un salón con los respectivos equipos que son las mesas y sillas para que los clientes puedan acomodarse y consumir los platos ofrecidos por los distintos locales de comida. Esto se hace con el fin de menorar un cargo administrativo y concentrarse en el ámbito operacional recreativo del negocio. Los propietarios que deseen disponer de algún local deberán pagar una mensualidad de \$400 dólares y podrán dar cualquier tipo de comida a los comensales, con precios a convenir de cada local.

En el área de parque acuático incluye varias actividades por hacer, es donde existe mayormente la presencia de trabajadores polifuncionales para otorgar un excelente servicio a los clientes. Aquí constara de la presencia del personal que realizan limpieza del establecimiento, en las veredas que caminan los clientes y en las piscinas si existe la presencia de un contaminante externo. Personal para el área de SPA, constando de una a dos personas a cargo de los turistas en cumplir cualquier necesidad que tengan, ayudarles a posicionarse de la manera correcta dentro de cada cajón para su respectivo baño, y finalmente dirigirles hacia el hidromasaje para finalizar esta actividad. En los juegos de mesa no requiere de una persona que se encargue de esta área, es de uso libre, esta zona pretende juegos de mesa como el billar, ping pong y el clásico fútbolín.

Una persona para el área de tobogán extremo, que lo requiere obligatoriamente, su función es encargarse de ponerles el chaleco salvavidas y posicionar de la manera óptima al turista en el tobogán y respectivamente se procede hacer uso de la actividad después del cumplimiento de los requisitos y la previa documentación firmada, controlando de igual manera el peso de cada persona y la edad para evitar probables accidentes.

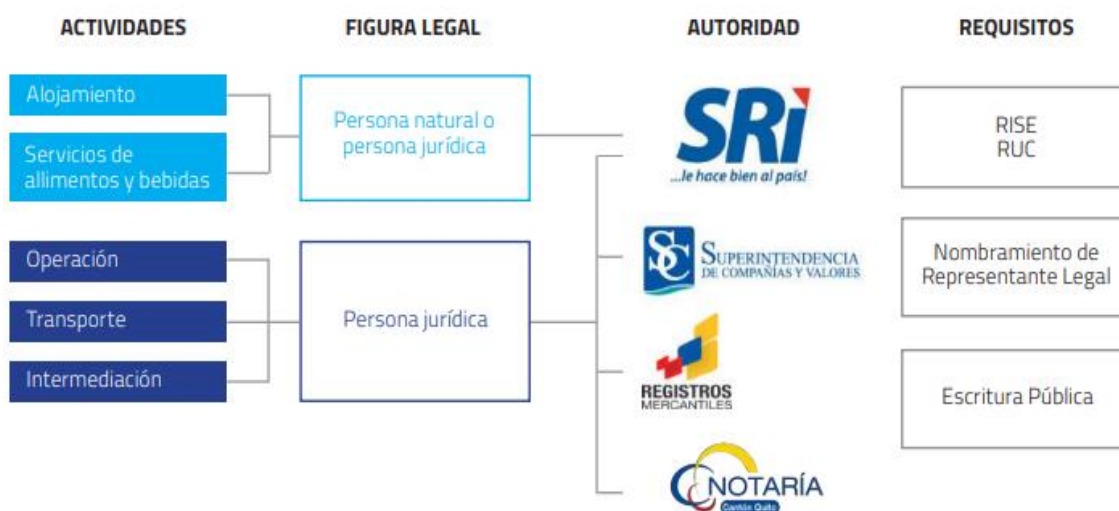
El área de simulador de surf para mantener orden que es sumamente importante en esta actividad para evitar roces entre clientes, y administrar el límite máximo de consumidores al mismo tiempo. En la actividad de río lento a

cargo de otra persona para administrar la otorgación de boyas y el control del límite máximo de clientes dentro de esta actividad. Siendo en total la presencia de 11 personas, donde se toma en cuenta la respectivo mantenimiento o tratamiento de las piscinas, bombas y los respectivos filtros.

3.7. Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual

El presente emprendimiento sobre un Parque Acuático va a estar constituido como una empresa de sociedad por acciones simplificadas (S.A.S), en este caso el emprendimiento estará conformado por 5 socios, donde se constata como una compañía limitada, donde todos pondrán la misma cantidad de presupuesto y tendrá la misma importancia o categorización en el negocio, en la cual involucra a socios familiares para tener un capital formidable en la primera etapa de construcción y funcionamiento, siendo una persona jurídica por la conformación de más de un socio a cargo de la empresa. A continuación, se detalla los requisitos para obtener los respectivos documentos de cada autoridad para el funcionamiento del establecimiento a emprender.

Figura 66. Definición Naturaleza de la empresa



Nota: Tomada de (Ministerio de Turismo, 2018)

Figura 67. *Obligaciones del Empresario*



SRI – Servicio de Rentas Internas

Quiénes están obligados

Persona natural

Obligaciones:

- Anexo de Retenciones en la Fuente por Relación de dependencia
- Anexo Transaccional simplificado
- Impuesto a la renta
- Declaración retenciones a la fuente
- Declaración de IVA

Persona jurídica

- Anexo accionistas, partícipes, socios, miembros del directorio y administradores
- Anexo de Retenciones en la Fuente por Relación de dependencia
- Anexo Transaccional simplificado
- Impuesto a la renta sociedades
- Declaración retenciones a la fuente
- Declaración de IVA

Superintendencia de Compañías

Quiénes están obligados

Toda persona jurídica que realice algún tipo de actividad turística.

Obligaciones:

- Presentación de Estados Financieros
- Informe de Comisario
- Informe a Junta de Accionistas
- Nómina de Administradores

Ministerio de Turismo

Quiénes están obligados

Todo establecimiento oferente de servicios turísticos registrado en el Ministerio de Turismo.

Obligaciones:

- Declarar su inventario valorado de activos fijos (edificaciones e instalaciones, maquinarias, muebles enseres y equipos de computación), sobre el cual se hará el cálculo del 1x1000.
- Pago de la contribución 1x1000.
- Obtener y actualizar la Licencia Anual de Funcionamiento en el GAD.

Nota: Tomada de (Turismo, 2018)

Figura 68. *Obligaciones del empresario con personal bajo relación de dependencia*



Laborales – Ministerio del Trabajo

Obligaciones:

- Inscripción Contrato Trabajo
- Legalización de Beneficios Sociales
- Reglamentos de Trabajo
- Pago de Utilidades
- Legalización Actas de Finiquito



Seguridad Social - IESS – Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social




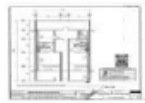


Obligaciones:

- Avisos de Entrada y Salida de Personal
- Pago de Fondos de Reserva
- Pago de Aportes Patronales
- Registro Patronal



Nota: Tomada de (Turismo, 2018)

Figura 69. Habilitantes para el funcionamiento: Municipales

AUTORIDAD COMPETENTE	HABILITANTE	QUIENES ESTÁN OBLIGADOS
	Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF) Autorización legal otorgada a los establecimientos turísticos, que acredita la idoneidad del servicio que ofrece y se sujeta a las normas técnicas de calidad vigentes, sin la cual no pueden operar dentro de la jurisdicción del cantón. El valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente, los valores podrán ser ajustados anualmente.	Toda persona natural o jurídica que se dedique a la prestación de servicios turísticos.
	Patente Municipal Documento obligatorio para ejercer permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.	Toda persona natural o jurídica, sociedad nacional o extranjera, domiciliada o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal que ejerzan permanentemente actividades económicas.
	Permiso de Uso de Suelo o Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo Documento que verifica si las actividades a realizar se encuentran permitidas en el predio a operar, de acuerdo a la ordenación territorial del cantón.	Toda persona natural o jurídica, que requiera iniciar algún tipo de actividad turística.
	Aprobación de Planos Trámite con el cual se autoriza la planificación de un proyecto arquitectónico, una vez que se han revisado y admitido diferentes elementos del mismo.	Toda persona natural o jurídica, que requiera ejecutar obras arquitectónicas para el establecimiento de su empresa y operación de sus actividades turísticas.
	Permisos de Construcción Documento habilitante para la construcción de edificaciones o nuevas infraestructuras en edificaciones ya establecidas.	Toda persona natural o jurídica, que requiera ejecutar obras arquitectónicas para el establecimiento de su empresa y operación de sus actividades turísticas.
	Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos Autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.	Toda persona natural o jurídica, que requiera iniciar algún tipo de actividad turística.

Nota: Tomada de (Turismo, 2018)

Figura 70. Habilitantes para el funcionamiento: Intelectuales, Sanitarios, Arrendamiento mercantil

AUTORIDAD COMPETENTE	HABILITANTE	QUIENES ESTÁN OBLIGADOS
	Búsqueda fonética Sirve para verificar si existe en el Ecuador marcas idénticas o similares a la que se pretenda registrar, o que ya se encuentren registradas con anterioridad.	Toda persona natural o jurídica que se dedique a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las actividades turísticas definidas. Constituye un requisito previo a la obtención del Registro Turístico.
	Título de Registro de Signo Distintivo Documento de protección o derecho al uso exclusivo de una marca (signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo.)	Toda persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera que requieran el derecho al uso exclusivo de la marca
	Permiso sanitario de funcionamiento Documento habilitante para el funcionamiento de los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria.	Toda persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera que tenga como actividad económica el servicio de alimentos y bebidas.

Nota: Tomada de (Turismo, 2018)

Figura 71. *Habilitantes para el funcionamiento: Turísticos y Ambientales*

AUTORIDAD COMPETENTE	HABILITANTE	QUIENES ESTÁN OBLIGADOS
 <p>MINISTERIO DE TURISMO</p>	<p>Registro Turístico Es la acreditación otorgada por el Ministerio de Turismo para operar como prestador de servicio turístico. El registro debe realizarlo previo al inicio de actividades y por una sola vez*. Mediante el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda. *En el Cantón Quito se tramita ante la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo.</p>	<p>Toda persona natural y/o jurídica que se dedique a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las actividades turísticas definidas.</p>
	<p>Licencia de Guías Es la acreditación otorgada por el Ministerio de Turismo para el ejercicio profesional de los guías de turismo según su clasificación: local, nacional y nacional especializado (patrimonio turístico o aventura).</p>	<p>Toda persona natural que se dedique de manera profesional al servicio de guianza turística en el territorio ecuatoriano.</p>
 <p>MINISTERIO DEL AMBIENTE</p>	<p>Patente Anual de Operación Turística Documento único habilitante para poder realizar actividades turísticas con fines comerciales en las zonas del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador (SNAP).</p>	<p>Toda operadora turística sin excepción está obligada a obtener este permiso.</p>
	<p>Certificado de Registro Ambiental Documento habilitante para las actividades con un bajo impacto ambiental detalladas en el Catálogo de Categorización Ambiental Nacional.</p>	<p>Toda persona natural y/o jurídica que se encuentre en ejecución de un proyecto, obra o actividad.</p>
	<p>Licencia ambiental Es la autorización para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental.</p>	<p>Toda persona natural y/o jurídica que se encuentre en ejecución de un proyecto, obra o actividad.</p>

Nota: Tomada de (Turismo, 2018)

3.8. Propuesta comercial

Es fundamental generar publicidad o estrategias de alianzas para poder dar conocimiento hacia el público sobre el emprendimiento, ganando posicionamiento y reconocimiento dentro de un mercado que ya existe competencia y demanda. Pero para generar mayor motivación lo podemos hacer mediante el uso de redes sociales, páginas web, afiches, publicidad en un área social y convenios con influencers con canje. Para generar esto de manera directa podemos realizar lo siguiente:

Email Personal

Esto trata de enviar un mensaje al email personal a las personas que ya consumieron los productos ofrecidos, con el fin de lograr lealtad, presencia y también para generar un mayor aumento de ventas.

Estrategias de Ofertas y Promoción

No es novedad que a las personas le llame mucho la atención de nuevas ofertas, para ello se creara promociones con el objetivo de descuentos al ingreso o uso de las instalaciones del parque acuático, también puede darse en fechas específicas, como día de la madre, día de la mujer, día del niño, para generar motivación y ganar más clientela durante estas fechas o feriados nacionales.

Figura 72. Paquetes de Oferta Full Day familiar para 4 personas

	
<p>FULL DAY PAQUETE FAMILIAR</p>	
<p>El paquete incluye:</p> <ul style="list-style-type: none">• ingreso a las instalaciones acuáticas (piscinas, toboganes, sauna, turco, juegos de mesa, áreas verdes)• Comida ilimitada dentro de las instalaciones <p>\$70 por 4 Personas</p>	
<p>reservas</p> <p>0978780182/ 0939115647</p> <p>www.buenaventura.com</p>	
<p>Síguenos en:</p> 	



FULL DAY

PASE VIP

- El paquete incluye:**
- **Uso de todas las instalaciones que posee el parque acuático incluyendo SPA**
 - **Comida ilimitada dentro de las instalaciones**
 - **Recuerdo por parte del parque acuático**
- \$45 por persona**

reservas
0978780182/ 0939115647
www.buenaventura.com



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Figura 73. Ofertas por Carnaval



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Figura 74. Oferta por día de San Valentín



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Figura 75. Descuentos por Black Friday



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Figura 76. Oferta por el día del Niño



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Figura 77. Oferta por día de la Madre



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Figura 78. Oferta por el día del Padre



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Membresías

Existe personas las cuales viajan y de la nada desean ir a un sitio turístico, pero no disponen de economía, para ello, se crea una solución de generar membresías pagadas cada tres meses, que incluye el ingreso y uso de todas las instalaciones del parque acuático, esto genera fidelización al cliente con la empresa.

Canales de Distribución y Ventas

Para otorgar o dar a conocer nuestro emprendimiento es necesario hacernos conocer mediante los canales de distribución, ya sean de manera directa o indirecta.

Figura 79. Canal de distribución directo



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

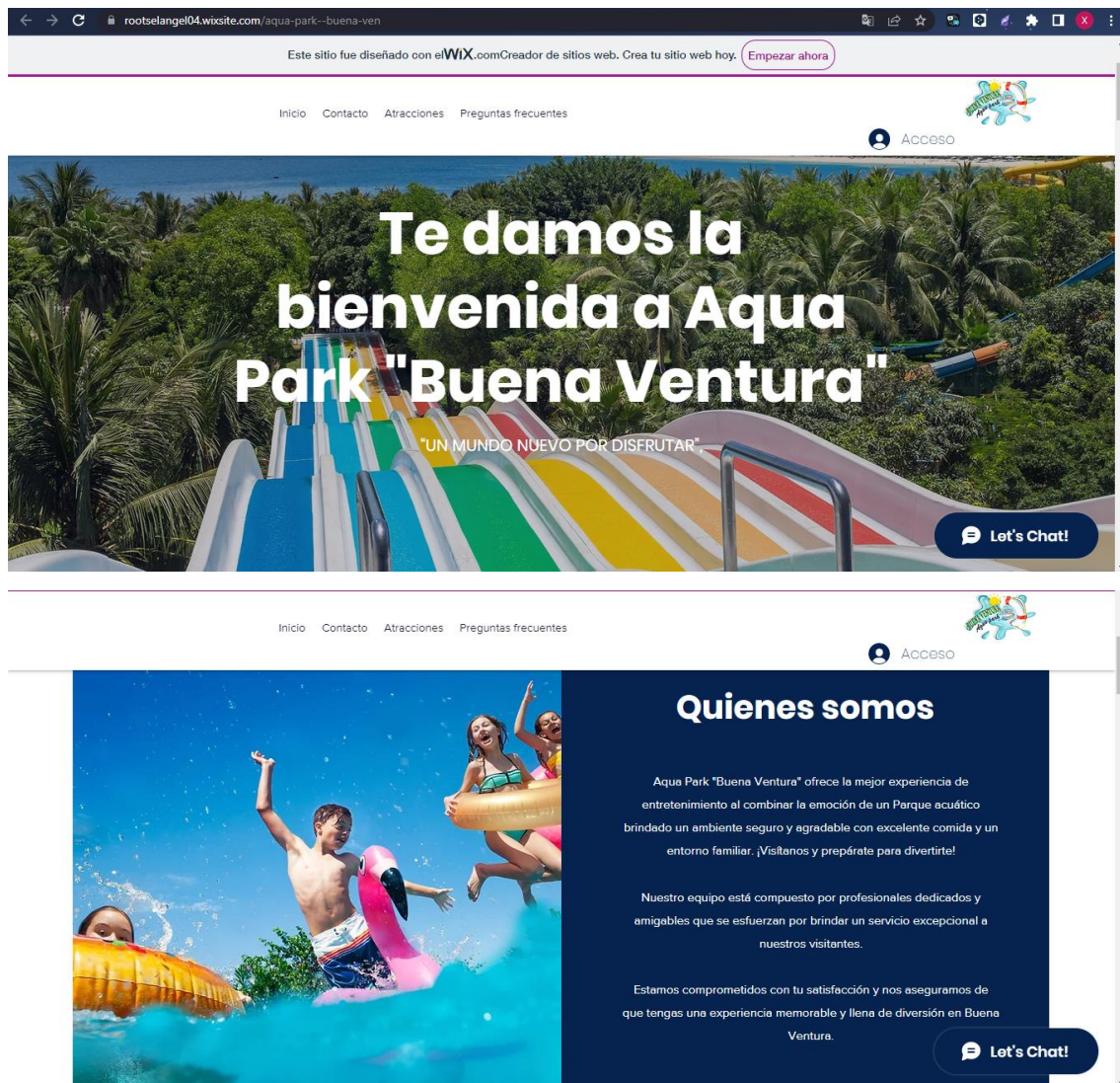
Página Web

La página web ayuda a proporcionar más información, como son las promociones, las zonas húmedas que ofrecemos, los toboganes extremos o no que disponemos, las áreas complementarias, restaurante, etc. Es una plataforma dinámica donde los clientes pueden navegar y encontrar referencias

de clientes anteriores, encontrando de igual manera fotografías sobre la visita realizada al parque acuático.

Enlace Página web: <https://rootselangel04.wixsite.com/aqua-park--buena-ven>

Figura 80. *Página Web Parque Acuático*



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

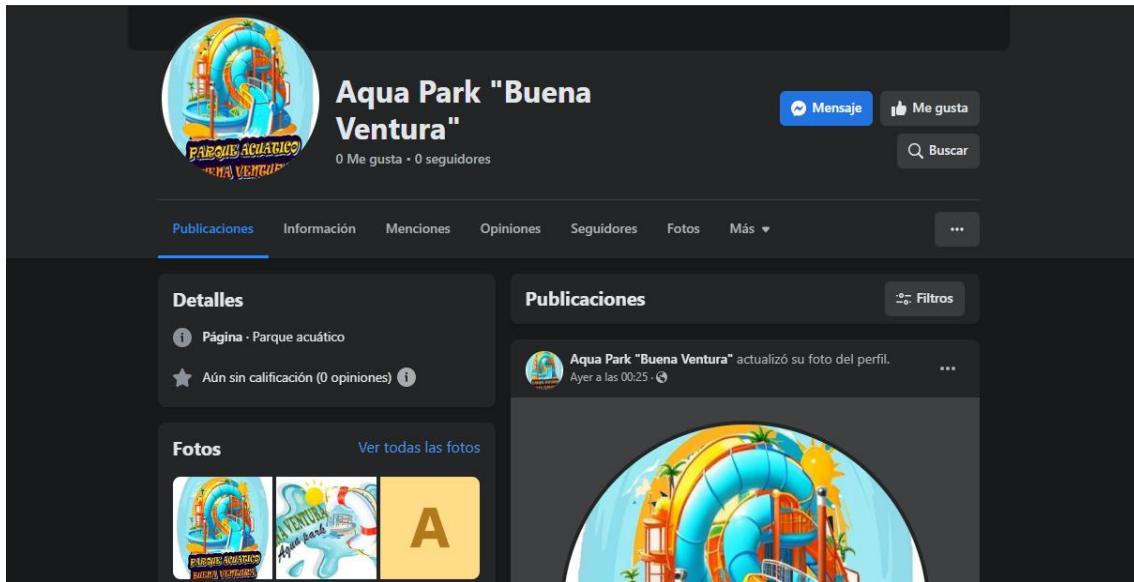
Redes Sociales

Facebook

Facebook es una plataforma que hoy en día la mayoría de las personas disponen de una cuenta para uso social, comunicación y de publicidad. Por ello se implementará una cuenta con el propósito de promocionar el emprendimiento, haciendo publicidad en grupos, subiendo historias y lo más importante, el pagar por aparecer en videos cortos de publicitarios dentro de la

plataforma. Esto generara que se dé a conocer el emprendimiento hacia las personas que utilizan esta herramienta social.

Figura 81. *Página de Facebook del Parque Acuático*

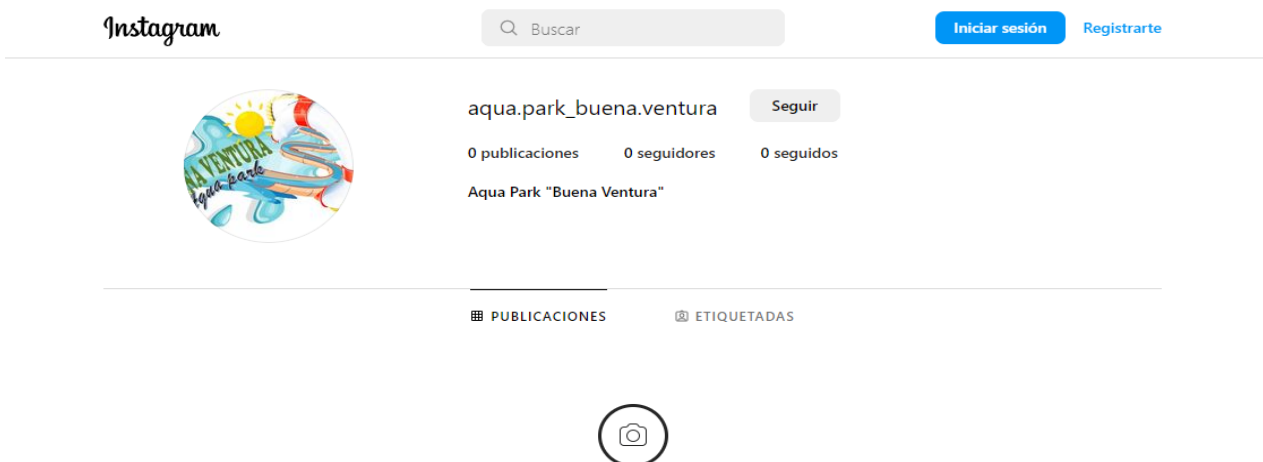


Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Instagram

Es una red social muy interactiva en la actualidad, y más usada por las personas o artistas famosos. Es una plataforma virtual donde se realiza publicaciones de fotos y videos, captando mayormente la atención de quien lo usa, he aquí la oportunidad de crear una cuenta para dar a conocer más visualmente el parque acuático, haciéndolo más dinámico y atractivo.

Figura 82. *Página de Instagram del Parque Acuático*



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Tik Tok

Esta plataforma ofrece varia interacción con contenido multimedia, ya que mayormente se encuentra video y fotos de empresas, usuarios o famosos que suben en determinado tiempo, siendo una herramienta que engancha a la gente por su diverso contenido. Al crear una cuenta y ofrecer el emprendimiento se logra darnos a conocer ante gente que le gusta videos promocionales demostrando los servicios que se ofrece, también se puede realizar con promociones de determinados días, inclusive haciendo dinámicas para generar mayor motivación de asistir al parque acuático.

Figura 83. *Página de Tik Tok del Parque Acuático*



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Figura 84. *Canal de distribución indirecto*



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Para los canales de distribución indirecta se tiene la intención de realizar estrategias de alianza con agencias de viajes y operadoras turísticas, haciendo que el parque acuático se integre dentro de algún paquete turístico que estas entidades tengan de manera local, provincial o nacional. Haciendo beneficio de ambas partes y estar en constante contacto para abrir nuevas oportunidades. Otro canal indirecto es el de los clientes, que no es menos importante, se trata prácticamente de boca en boca. Clientes que ya consumieron el servicio que ofrece el emprendimiento, al obtener unas buenas expectativas y satisfacción, este va a recomendar el emprendimiento, haciendo que exista mayor demanda de mercado. Por ultimo los influencers, que dentro de sus canales de comunicación tienen diversos seguidores donde se informan de noticias y lugares turísticos dependiendo el influencer, en este caso se pretende llegar a un convenio donde se ayude a promocionar el parque acuático dentro de sus redes sociales con el respectivo pago de un canje, y así poder llegar a mayor personas.

UNIDAD 4. ESTUDIO AMBIENTAL

4.1. Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento.

Para llevar a cabo el estudio ambiental del parque acuático se procede a la respectiva identificación de las actividades que genera dicho proyecto en sus dos principales etapas, que es la de construcción y operación.

Tabla 21. *Actividades del Proyecto*

Etapa	Actividades
Construcción	Movimiento de tierras
	Construcción de zonas húmedas
	Construcción de atracciones acuáticas
	Edificación de estructuras auxiliares
	Instalación de plomería y electricidad
	Adecuación de infraestructura
	Contratación de personal
Operación	Zonas Húmedas
	Atracciones acuáticas

	Áreas verdes y de recreación
	Servicio de alimentación
	Manejo de desechos y residuos
	Contratación de personal

Nota: En la tabla se muestra las actividades que genera el proyecto en la etapa de construcción y operación. Elaborado por los autores, 2023

4.1.1 Factores Ambientales

Tabla 22. *Identificación de factores*

Factores	
<i>Biofísico</i>	Agua
	Aire
	Suelo
	Atmósfera
<i>Turismo</i>	Promoción
	Desarrollo de la industria
<i>Socioeconómico</i>	Estilo de vida

	Generación de empleo
	Impacto en la economía local

Nota: La tabla muestra la identificación de los factores que el proyecto genera en sus dos etapas primordiales. Elaborado por los autores, 2023

4.1.2 Impactos Ambientales

Tabla 23. Identificación de Impactos ambientales

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS DEL PROYECTO										
Etapa	Actividades	Factores y Componentes Ambientales								
		Medio Biofísico				Medio Turístico		Medio Socioeconómico		
		Suelo	Aire	Agua	Atmosfera	Promoción	Desarrollo de la industria	Calidad de vida	Generación empleo	Impacto en la economía local
		Erosión del suelo	Emisión de gases	Producción de aguas residuales	Contaminación acústica	Promoción turística de la zona	Aumento de demanda turística	Mejora en la calidad de vida de la zona	Crear oportunidades de empleo	Dinamizar e impulsar la economía local
<i>Construcción</i>	Movimiento de tierras	(-)		(-)	(-)					
	Construcción de zonas húmedas	(-)	(-)	(-)	(-)	(+)	(+)		(+)	
	Construcción de atracciones acuáticas	(-)	(-)	(-)	(-)	(+)	(+)		(+)	
	Edificación de estructuras auxiliares	(-)	(-)	(-)	(-)				(+)	
	Instalación de plomería y electricidad	(-)		(-)	(-)		(+)	(+)		(+)
	Adecuación de infraestructura			(-)	(-)				(+)	(+)
	Ingreso de personal y maquinaria		(-)		(-)				(+)	(+)
<i>Operación</i>	Zonas húmedas	(-)		(-)	(-)	(+)	(+)	(+)		(+)
	Atracciones acuáticas	(-)		(-)	(-)	(+)	(+)	(+)		(+)
	Áreas verdes y de recreación	(+)			(-)	(+)	(+)	(+)		(+)
	Servicio de alimentación		(-)	(-)		(+)	(+)	(+)		(+)
	Manejo de residuos y desechos	(+)	(+)	(+)	(+)	(+)	(+)	(+)	(+)	
	Contratación de personal					(+)	(+)	(+)	(+)	(+)

Nota: En la tabla se aprecia los impactos que genera el proyecto en la etapa de construcción y operación. Elaborado por los autores, 2023

4.2. Determinación de la metodología.

4.2.1 Método de Criterios Relevantes Integrados

Para aplicar la evaluación del impacto ambiental se considera el método Criterios Relevantes Integrados (CRI), porque se pretende examinar y equilibrar los múltiples efectos ambientales y sociales que genera el proyecto o sus actividades. CRI es un conjunto de normas que se consideran pertinentes para una determinada evaluación de impacto ambiental. Estas normas pueden abarcar aspectos como la biodiversidad, el uso de suelo, la calidad del aire, el patrimonio cultural y un aspecto turístico, entre otros.

Esta metodología especifica criterios clave que se consideran útiles para analizar las consecuencias medioambientales y sociales de un proyecto o actividad. Estos criterios pueden variar en función de su entorno y de las necesidades específicas de evaluación, para el proyecto se considera los criterios de Intensidad (I), Extensión €, Duración (D), Reversibilidad (Re) e Incidencia (G) para la valoración de cada elemento (CELEC EPTRANSELECTRIC, 2010).

4.2.1.1 Determinación de la magnitud del impacto

Para poder determinar la magnitud del impacto se considera las variables de Intensidad, Extensión y Duración, de igual manera se considera el valor del peso asignado a cada variable con un valor máximo igual a uno. En lo cual se aplica la siguiente fórmula:

$$\mathbf{Ma} = (I \cdot \mathbf{WI}) + (E \cdot \mathbf{WE}) + (D \cdot \mathbf{WD})$$

Donde:

- **Ma**= Valor calculado M.I
- **I**=Valor de intensidad del Impacto
- **WI**=Peso de la Intensidad (0.40)
- **D**= Valor de Duración del Impacto
- **WD**= Peso de Duración (0.20)

- **E**=Valor de Extensión del Impacto
- **WE**=Peso de la Extensión (0.40)

4.2.1.2 Determinación del Valor del Índice Ambiental

El valor d Índice Ambiental (VIA) es una medida utilizada en la evaluación de impacto ambiental, para cuantificar y valorar los efectos o impactos ambientales resultantes gracias a un proyecto o a una actividad. El VIA busca asignar un valor numérico a los impactos ambientales, lo que permite comparar y jerarquizar los impactos en función de su magnitud o importancia relativa (CELEC EPTRANSELECTRIC, 2010).

El VIA se consigue tras aplicar la siguiente fórmula:

$$\mathbf{VIA} = R_i^{Xr} * G_i^{Xg} * M_i^{Xm}.$$

Donde:

- **XR**: Peso de la Reversibilidad=0.22
- **XG**: Peso de Incidencia=0.17
- **XM**: Peso de la Magnitud =0.61

4.2.2 Criterios de Valoración

Tabla 24. *Criterios de valorización para impactos ambientales.*

PARÁMETRO	CRITERIO	ESCALA	VALOR
Intensidad del impacto (I)	Se refiere a la magnitud o grado de alteración que provoca un impacto ambiental específico en el medio ambiente. La intensidad puede calcularse utilizando una variedad de factores,	Alto	7-9
		Medio	4-6

	incluida la cantidad de recursos naturales afectados, la cantidad de contaminantes liberados y la cantidad de especies afectadas.	Bajo	1-3
Extensión o influencia espacial (E)	Se refiere al área territorial o geográfica donde se producen los daños medioambientales. Describe la variedad de zonas o lugares en los que se manifiestan las consecuencias de un impacto, tanto si se concentran en un lugar concreto como si se extienden por un área mayor.	Regional	10
		Local	5
		Puntual	2
Duración (D)	Muestra un marco temporal en el que se mantienen o amplían los efectos medioambientales. Puede ser breve, durar de unos días a unas semanas, como en el caso de un vertido de petróleo, o puede ser prolongado y provocar cambios a largo plazo en el medio ambiente, como en el caso de la deforestación.	(>10años)	Largo 10
		(5-10 años)	Mediano 5
		(0-5 años)	Corto 2
Reversibilidad (R)	Capacidad de reparar o mitigar los efectos de un impacto ambiental. Algunos efectos pueden revertirse, devolviendo el ecosistema a su estado anterior. Otros, sin embargo, tienen efectos permanentes, sobre todo cuando se trata de la pérdida de biodiversidad y la degradación del suelo a largo plazo.	Irreversible	Baja o irre recuperable 10
			recuperable muy largo plazo (>30 años) y elevados costos 9
		Parcialmente Reversible	Media (Impacto reversible a largo y mediano plazo) 5
		Reversible	Alta (Impacto reversible de forma inmediata o a corto plazo) 2

<i>Incidencia (G)</i>	Se refiere a la frecuencia, o frecuencia relativa, con que se producen consecuencias medioambientales en un lugar determinado. Es de decir la posibilidad de que el efecto se produzca.	Alto	10
		Medio	5
		Bajo	2

Nota: La tabla muestra los valores de (I), (E), (D), (R) y (G). **Fuente:** (CELEC EPTRANSELECTRIC, 2010)

4.2.3 Severidad de Imapctos

La severidad (S) de cada impacto es proporcional a su tamaño multiplicado por el valor del Índice de Impacto Ambiental (VIA), que se determina de la siguiente manera:

$$S = M * VIA$$

Para mostrar la importancia de una influencia se establece un sistema de clasificación numérica. Esta escala se creó teniendo en cuenta los protocolos mínimos (0) y máximos (10) para evaluar los impactos indicados, En base a esto, el mayor impacto positivo tendría un valor numérico de 100 si se clasifica como alto, regional, a largo plazo o irreversible, y menos de 100 si tiene cualidades similares, pero se clasifica como impacto “adverso o negativo” (CELEC EPTRANSELECTRIC, 2010).

Para la jerarquización se considera la siguiente tabla:

Tabla 25. Valoración de la Severidad del Impacto

Severidad del Impacto	Escala
Leve	0-5
Moderado	6-15
Severo	16-39
Critico (Impacto Adverso)	40-100
Representativo (Impacto Beneficioso o positivo)	0-100

Nota: La tabla muestra los valores para determinar la severidad del impacto. **Fuente:** (CELEC EPTRANSELECTRIC, 2010)

4.3. Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales

4.3.1 Matrices de aplicación.

Tabla 26. Matriz de Intensidad del Impacto.

MATRIZ DE INTENSIDAD DEL IMPACTO DEL PROYECTO										
Etapa	Actividades	Factores y Componentes Ambientales								
		Medio Biofísico				Medio Turístico		Medio Socioeconómico		
		Suelo	Aire	Agua	Atmosfera	Promoción	Desarrollo de la industria	Calidad de vida	Generación empleo	Impacto en la economía local
		Erosión del suelo	Emisión de gases	Producción de aguas residuales	Contaminación acústica	Promoción turística de la zona	Aumento de demanda turística	Mejora en la calidad de vida de la zona	Crear oportunidades de empleo	Dinamizar e impulsar la economía local
<i>Construcción</i>	Movimiento de tierras	8		1	2					
	Construcción de zonas húmedas	8	3	4	3	5	5		5	
	Construcción de atracciones acuáticas	8	2	4	3	7	7		5	
	Edificación de estructuras auxiliares	3	2	4	2				5	
	Instalación de plomería y electricidad	1		1	1		4	4		2
	Adecuación de infraestructura			2	1				3	3
	Ingreso de personal y maquinaria		2		2				4	3
<i>Operación</i>	Zonas húmedas	4		8	4	7	7	5		7
	Atracciones acuáticas	5		8	4	8	8	5		7
	Áreas verdes y de recreación	4			3	3	3	2		2
	Servicio de alimentación		2	2		2	2	2		4
	Tratay desechos	6	3	9	2	3	3	3	2	
	Contratación de personal					2	2	4	8	7

Intensidad	Valor
Alt.	(7-9)
Med.	(4-6)
Baj.	(1-3)

Nota: La tabla muestra la matriz de intensidad de las dos etapas principales del proyecto. **Fuente:** Elaborado por los Autores, 2023.

Tabla 27. Matriz de Extensión del Impacto.

MATRIZ DE EXTENSIÓN O INFLUENCIA DEL IMPACTO DEL PROYECTO										
Etapa	Actividades	Factores y Componentes Ambientales								
		Medio Biofísico				Medio Turístico		Medio Socioeconómico		
		Suelo	Aire	Agua	Atmosfera	Promoción	Desarrollo de la industria	Calidad de vida	Generación de empleo	Impacto en la economía local
		Erosión del suelo	Emisión de gases	Producción de aguas residuales	Contaminación acústica	Promoción turística de la zona	Aumento de demanda turística	Mejora en la calidad de vida de la zona	Crear oportunidades de empleo	Dinamizar e impulsar la economía local
<i>Construcción</i>	Movimiento de tierras	2		2	2					
	Construcción de zonas húmedas	5	2	2	2	5	5		2	
	Construcción de atracciones acuáticas	5	2	2	2	5	5		2	
	Edificación de estructuras auxiliares	2	2	2	2				2	
	Instalación de plomería y electricidad	5		2	2		5	5		2
	Adecuación de infraestructura			2	2				2	2
	Ingreso de personal y maquinaria		2		2				5	5
<i>Operación</i>	Zonas húmedas	2		5	2	10	10	5		10
	Atracciones acuáticas	2		5	2	10	10	5		10
	Áreas verdes y de recreación	2			2	2	2	2		2
	Servicio de alimentación		2	2		2	2	2		5
	Manejo de residuos y desechos	5	5	5	5	2	2	5	2	
	Contratación de personal					2	2	5	10	10

Extensión	Valor
Reg.	10
Loc.	5
Pun.	2

Nota: La tabla muestra la matriz de extensión de las dos etapas principales del proyecto. **Fuente:** Elaborado por los Autores, 2023

Tabla 28. Matriz de Duración del Impacto.

MATRIZ DE DURACIÓN DEL IMPACTO DEL PROYECTO										
Etapa	Actividades	Factores y Componentes Ambientales								
		Medio Biofísico				Medio Turístico		Medio Socioeconómico		
		Suelo	Aire	Agua	Atmosfera	Promoción	Desarrollo de la industria	Calidad de vida	Generación empleo	Impacto en la economía local
		Erosión del suelo	Emisión de gases	Producción de aguas residuales	Contaminación acústica	Promoción turística de la zona	Aumento de demanda turística	Mejora en la calidad de vida de la zona	Crear oportunidades de empleo	Dinamizar e impulsar la economía local
<i>Construcción</i>	Movimiento de tierras	2		2	2					
	Construcción de zonas húmedas	5	2	5	2	2	2		2	
	Construcción de atracciones acuáticas	5	2	5	2	2	2		2	
	Edificación de estructuras auxiliares	2	2	2	2				2	
	Instalación de plomería y electricidad	2		2	2		5	10		10
	Adecuación de infraestructura			2	2				2	5
	Ingreso de personal y maquinaria		2		2				2	2
<i>Operación</i>	Zonas húmedas	5		2	5	5	5	5		5
	Atracciones acuáticas	5		2	5	10	10	5		5
	Áreas verdes y de recreación	5			5	2	2	2		5
	Servicio de alimentación		2	2		2	2	2		5
	Manejo de residuos y desechos	2	2	2	2	2	2	5	5	
	Contratación de personal					2	2	2	5	5

Duración	Valor
Lar. (>10 a.)	10
Med. (5-10 a.)	5
Cor. (<5 a.)	2

Nota: La tabla muestra la matriz de duración de las dos etapas principales del proyecto. **Fuente:** Elaborado por los Autores, 2023.

Tabla 29. Matriz de Reversibilidad del Impacto.

MATRIZ DE REVERSIBILIDAD DEL IMPACTO DEL PROYECTO										
Etapa	Actividades	Factores y Componentes Ambientales								
		Medio Biofísico				Medio Turístico		Medio Socioeconómico		
		Suelo	Aire	Agua	Atmosfera	Promoción	Desarrollo de la industria	Calidad de vida	Generación de empleo	Impacto en la economía local
Erosión del suelo	Emisión de gases	Producción de aguas residuales	Contaminación acústica	Promoción turística de la zona	Aumento de demanda turística	Mejora en la calidad de vida de la zona	Crear oportunidades de empleo	Dinamizar e impulsar la economía local		
<i>Construcción</i>	Movimiento de tierras	5		2	2					
	Construcción de zonas húmedas	9	2	5	2	2	2		2	
	Construcción de atracciones acuáticas	9	2	5	2	2	2		2	
	Edificación de estructuras auxiliares	5	5	5	5				2	
	Instalación de plomería y electricidad	2		2	2		2	5		5
	Adecuación de infraestructura			2	2				2	2
	Ingreso de personal y maquinaria		2		2				2	2
<i>Operación</i>	Zonas húmedas	9		5	2	5	5	5		5
	Atracciones acuáticas	9		5	2	5	5	5		5
	Áreas verdes y de recreación	2			2	2	2	2		2
	Servicio de alimentación		2	2		2	2	2		2
	Manejo de residuos y desechos	2	2	2	2	2	2	2	2	
	Contratación de personal					2	2	5	2	2

Nota: La tabla muestra la matriz de duración de las dos etapas principales del proyecto. **Fuente:** Elaborado por los Autores, 2023.

Duración	Valor
Irrecuperable	10
Recuperable (>30 años)	9
Parcialmente reversible	5
Reversible	2

Tabla 30. Matriz de Incidencia del Impacto.

MATRIZ DE INCIDENCIA DEL IMPACTO DEL PROYECTO										
Etapa	Actividades	Factores y Componentes Ambientales								
		Medio Biofísico				Medio Turístico		Medio Socioeconómico		
		Suelo	Aire	Agua	Atmosfera	Promoción	Desarrollo de la industria	Calidad de vida	Generación empleo	Impacto en la economía local
		Erosión del suelo	Emisión de gases	Producción de aguas residuales	Contaminación acústica	Promoción turística de la zona	Aumento de demanda turística	Mejora en la calidad de vida de la zona	Crear oportunidades de empleo	Dinamizar e impulsar la economía local
<i>Construcción</i>	Movimiento de tierras	10		5	2					
	Construcción de zonas húmedas	10	5	5	5	5	5		10	
	Construcción de atracciones acuáticas	10	2	5	5	5	5		5	
	Edificación de estructuras auxiliares	5	2	2	2				5	
	Instalación de plomería y electricidad	2		2	2		2	10		2
	Adecuación de infraestructura			2	2				5	5
	Ingreso de personal y maquinaria		2		2				10	5
<i>Operación</i>	Zonas húmedas	10		10	5	5	5	10		10
	Atracciones acuáticas	10		10	5	10	10	10		10
	Áreas verdes y de recreación	2			2	2	2	2		2
	Servicio de alimentación		2	2		2	2	2		5
	Manejo de residuos y desechos	10	10	10	10	2	2	10	2	
	Contratación de personal					2	2	10	10	10

Nota: La tabla muestra la matriz de incidencia de las dos etapas principales del proyecto. **Fuente:** Elaborado por los Autores, 2023.

Duración	Valor
Alt.	10
Med.	5
Baj.	2

Tabla 31. Matriz de la Magnitud del Impacto.

MATRIZ DE MAGNITUD DEL IMPACTO DEL PROYECTO										
Etapa	Actividades	Factores y Componentes Ambientales								
		Medio Biofísico				Medio Turístico		Medio Socioeconómico		
		Suelo	Aire	Agua	Atmosfera	Promoción	Desarrollo de la industria	Calidad de vida	Generación empleo	Impacto en la economía local
		Erosión del suelo	Emisión de gases	Producción de aguas residuales	Contaminación acústica	Promoción turística de la zona	Aumento de demanda turística	Mejora en la calidad de vida de la zona	Crear oportunidades de empleo	Dinamizar e impulsar la economía local
Construcción	Movimiento de tierras	4,4		1,6	2					
	Construcción de zonas húmedas	6,2	2,4	3,4	2,4	4,4	4,4		3,2	
	Construcción de atracciones acuáticas	6,2	2	3,4	2,4	5,2	5,2		3,2	
	Edificación de estructuras auxiliares	2,4	2	2,8	2				3,2	
	Instalación de plomería y electricidad	2,8		1,6	1,6		4,6	5,6		3,6
	Adecuación de infraestructura			2	1,6				2,4	3
	Ingreso de personal y maquinaria		2		2				4	3,6
Operación	Zonas húmedas	3,4		5,6	3,4	7,8	7,8	5		7,8
	Atracciones acuáticas	3,8		5,6	3,4	9,2	9,2	5		7,8
	Áreas verdes y de recreación	3,4			3	2,4	2,4	2		2,6
	Servicio de alimentación		2	2		2	2	2		4,6
	Manejo de residuos y desechos	4,8	3,6	6	3,2	2,4	2,4	4,2	2,6	
	Contratación de personal					2	2	4	8,2	7,8

Ma =
 $(I*0,4)+(E*0,4)+(D*0,2)$
I: Importancia
E: Extensión
D: Duración

Nota: La tabla muestra la matriz de magnitud de las dos etapas principales del proyecto. **Fuente:** Elaborado por los Autores, 2023.

Tabla 32. Matriz de Valor del Índice Ambiental (VIA) del Impacto

MATRIZ DE VALOR DEL INDICE AMBIENTAL DEL IMPACTO DEL PROYECTO										
Etapa	Actividades	Factores y Componentes Ambientales								
		Medio Biofísico				Medio Turístico		Medio Socioeconómico		
		Suelo	Aire	Agua	Atmosfera	Promoción	Desarrollo de la industria	Calidad de vida	Generación empleo	Impacto en la economía local
		Erosión del suelo	Emisión de gases	Producción de aguas residuales	Contaminación acústica	Promoción turística de la zona	Aumento de demanda turística	Mejora en la calidad de vida de la zona	Crear oportunidades de empleo	Dinamizar e impulsar la economía local
Construcción	Movimiento de tierras	5,2		2,0	2,0					
	Construcción de zonas húmedas	7,3	2,6	4,0	2,6	3,8	3,8		3,5	
	Construcción de atracciones acuáticas	7,3	2,0	4,0	2,6	4,2	4,2		3,1	
	Edificación de estructuras auxiliares	3,2	2,4	3,0	2,4				3,1	
	Instalación de plomería y electricidad	2,5		1,7	1,7		3,3	6,0		3,5
	Adecuación de infraestructura			2,0	1,7				2,6	3,0
	Ingreso de personal y maquinaria		2,0		2,0				4,0	3,3
Operación	Zonas húmedas	5,1		6,0	3,2	6,6	6,6	5,6		7,4
	Atracciones acuáticas	5,4		6,0	3,2	8,2	8,2	5,6		7,4
	Áreas verdes y de recreación	2,8			2,6	2,2	2,2	2,0		2,3
	Servicio de alimentación		2,0	2,0		2,0	2,0	2,0		3,9
	Manejo de residuos y desechos	4,5	3,8	5,1	3,5	2,2	2,2	4,1	2,3	
	Contratación de personal					2,0	2,0	4,9	6,2	6,0

VIA

$$= (R_i^{Xr} * G_i^{Xg} * M_i^{Xm})$$
R: Reversibilidad (0,22)
G: Incidencia (0,17)
M: Magnitud (0,61)

Nota: La tabla muestra la matriz de la Valoración de Impactos Ambientales de las dos etapas principales del proyecto. **Fuente:** Elaborado por los Autores, 2023.

Tabla 33. Matriz de la Severidad del Impacto.

MATRIZ DE SEVERIDAD DEL IMPACTO DEL PROYECTO										
Etapa	Actividades	Factores y Componentes Ambientales								
		Medio Biofísico				Medio Turístico		Medio Socioeconómico		
		Suelo	Aire	Agua	Atmosfera	Promoción	Desarrollo de la industria	Calidad de vida	Generación empleo	Impacto en la economía local
		Erosión del suelo	Emisión de gases	Producción de aguas residuales	Contaminación acústica	Promoción turística de la zona	Aumento de demanda turística	Mejora en la calidad de vida de la zona	Crear oportunidades de empleo	Dinamizar e impulsar la economía local
Construcción	Movimiento de tierras	22,9		3,3	4,0					
	Construcción de zonas húmedas	45,3	6,3	13,4	6,3	16,6	16,6	11,2		
	Construcción de atracciones acuáticas	45,3	4,0	13,4	6,3	21,8	21,8	10,0		
	Edificación de estructuras auxiliares	7,7	4,9	8,4	4,9			10,0		
	Instalación de plomería y electricidad	6,9		2,8	2,8		15,3	33,8		12,6
	Adecuación de infraestructura			4,0	2,8				6,3	9,0
	Ingreso de personal y maquinaria		4,0		4,0				16,1	12,0
Operación	Zonas húmedas	17,2		33,8	11,0	51,2	51,2	28,1		57,6
	Atracciones acuáticas	20,6		33,8	11,0	75,1	75,1	28,1		57,6
	Áreas verdes y de recreación	9,4			7,7	5,4	5,4	4,0		6,1
	Servicio de alimentación		4,0	4,0		4,0	4,0	4,0		17,9
	Manejo de residuos y desechos	21,5	13,5	30,8	11,2	5,4	5,4	17,4	6,1	
	Contratación de personal					4,0	4,0	19,6	51,0	47,0

$$S = M * VIA$$

Severidad del Impacto	Escala de valores
Leve	(0 - 5)
Moderado	(6- 15)
Severo	(16- 39)
Crítico	(40- 100)
Representi.	(0 - 100)

Nota: La tabla muestra la matriz de la Severidad de las dos etapas principales del proyecto. **Fuente:** Elaborado por los Autores, 2023.

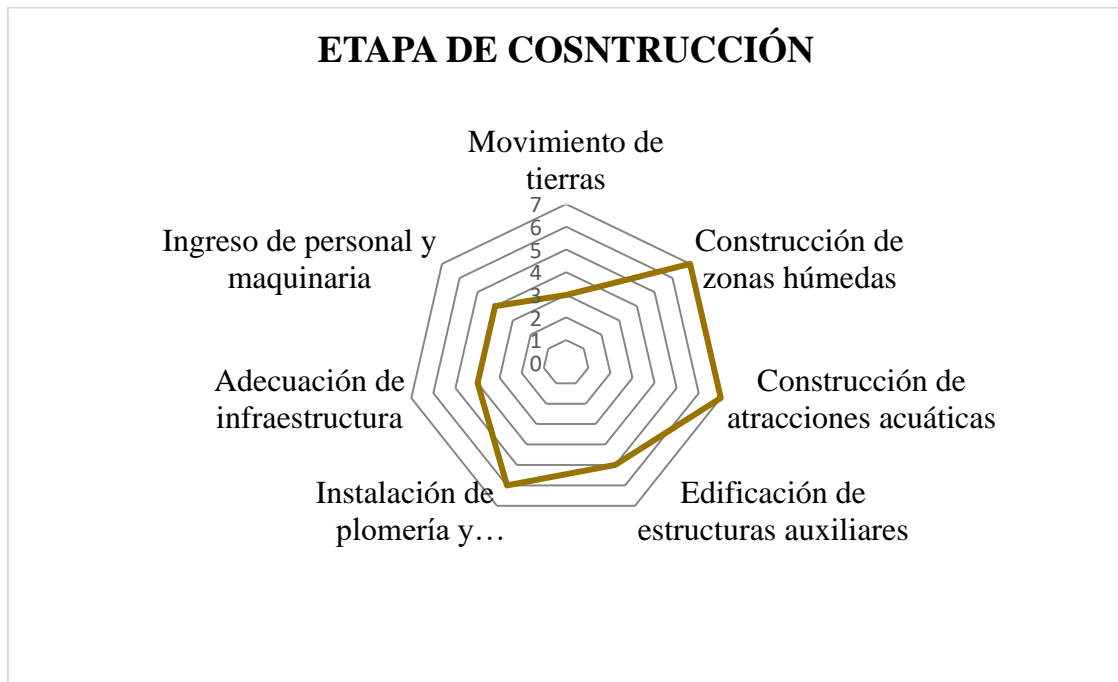
4.3.2 Resumen de la Evaluación de Impactos Ambientales.

Tabla 34. *Matriz de Resumen de Importancia.*

Etapa	Actividades	Impactos por actividad	Carácter				
			Negativo				Positivo
			Leve	Moderado	Severo	Crítico	Representativo
<i>Construcción</i>	Movimiento de tierras	3	2		1		0
	Construcción de zonas húmedas	7		3		1	3
	Construcción de atracciones acuáticas	7	1	2		1	3
	Edificación de estructuras auxiliares	5	2	2			1
	Instalación de plomería y electricidad	6	2	1			3
	Adecuación de infraestructura	4	2				2
	Ingreso de personal y maquinaria	4	2				2
<i>Operación</i>	Zonas húmedas	7		2	1		4
	Atracciones acuáticas	7		2	1		4
	Áreas verdes y de recreación	6		1			5
	Servicio de alimentación	6	2				4
	Manejo de residuos y desechos	8					8
	Contratación de personal	5					5
Total		75	13	13	3	2	44

Nota: La tabla muestra la cantidad de impactos generados en las dos etapas principales del proyecto. **Fuente:** Elaborado por los Autores, 2023.

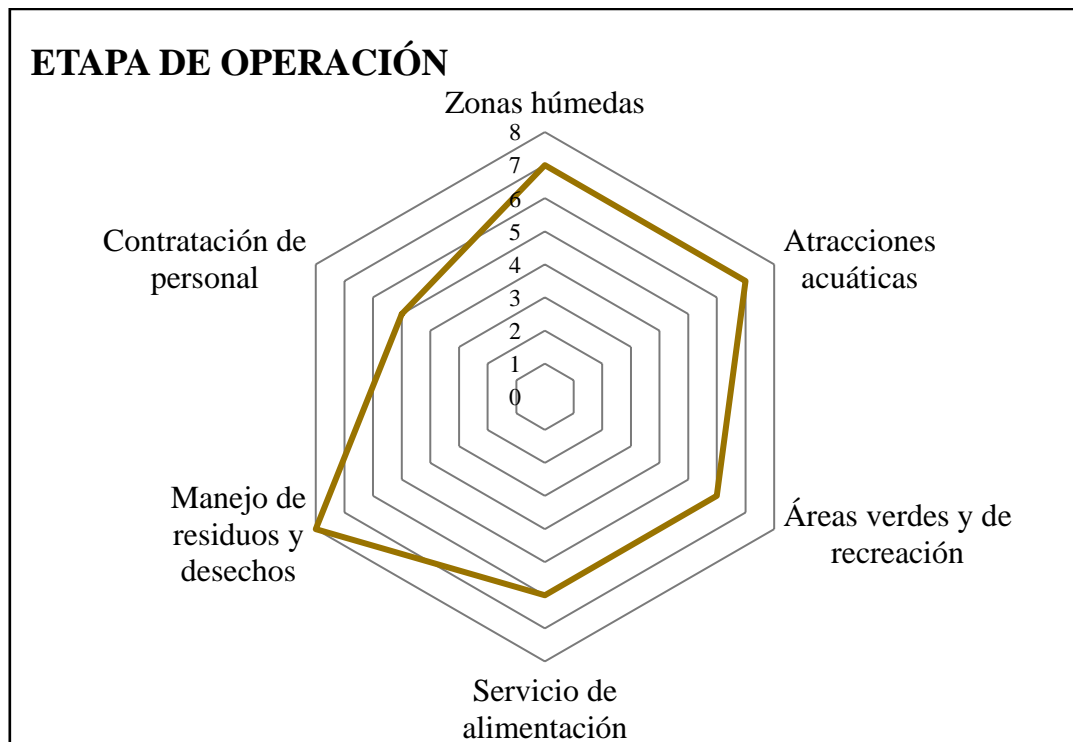
Figura 85. *Impactos generados en la etapa de Construcción.*



Nota: En la imagen se muestra los impactos generados durante la etapa de construcción del proyecto.

Fuente: Elaborado por los autores, 2023.

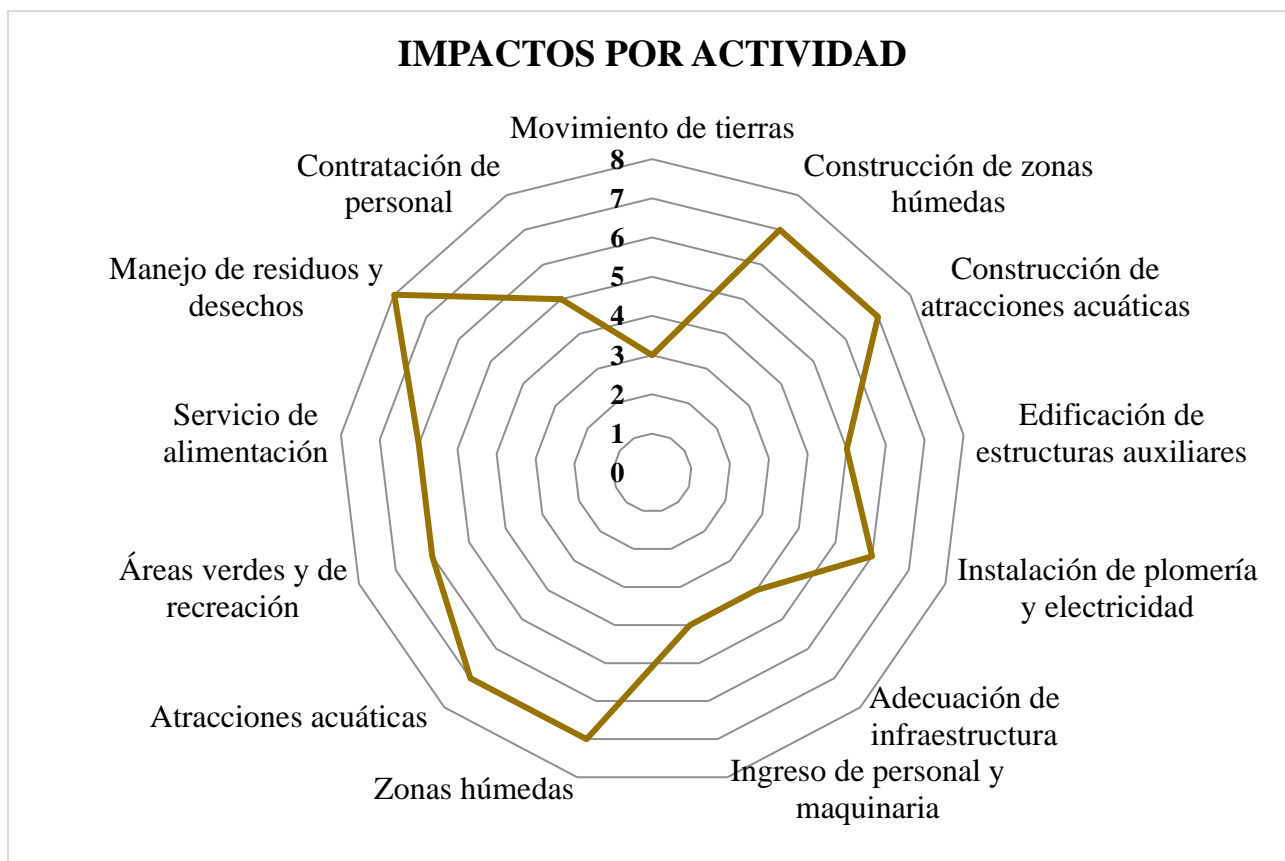
Figura 86. *Impactos generados en la etapa de Operación.*



Nota: En la imagen se muestra los impactos generados durante la etapa de operación del proyecto.

Fuente: Elaborado por los autores, 2023.

Figura 87. Cantidad de impactos generados por cada actividad.



Nota: En la imagen se muestra los impactos generados por cada actividad del proyecto. **Fuente:** Elaborado por los autores, 2023.

4.3.2. Jerarquización

Tras la determinación de las actividades y el número de impactos que estas generan, se lleva a cabo la jerarquización de la Evaluación de Impactos Ambientales del proyecto, para lo cual, se considera el número de impactos positivos y negativos que generan las actividades, tomando en cuenta únicamente el impacto que tenga mayor valor ya sea positivo o negativo.

Tabla 35. Jerarquización del Valor de Impacto Positivo.

Aspecto	Actividad	Valor de Impacto
(+)	Atracciones acuáticas	75,1
	Zonas húmedas	57,6
	Contratación de personal	51
	Manejo de residuos y desechos	21,5
	Servicio de alimentación	17,9
	Ingreso de personal y maquinaria	16,1
	Instalación de plomería y electricidad	12,6
	Edificación de estructuras auxiliares	10
	Áreas verdes y de recreación	9,4
	Adecuación de infraestructura	9

Nota: En la tabla se muestra el valor de mayor impacto positivo en cada actividad. **Fuente:** Elaborado por los autores, 2023.

Tabla 36. Jerarquización del Valor de Impacto Negativo.

Aspecto	Actividad	Valor de Impacto
(-)	Movimiento de tierras	22.9
	Construcción de zonas húmedas	45.3
	Construcción de atracciones acuáticas	45.3

Nota: En la tabla se muestra el valor de mayor impacto negativo en cada actividad. **Fuente:** Elaborado por los autores, 2023.

4.4 Plan de Manejo Ambiental

Tabla 37. Plan de Manejo Ambiental.

Factor ambiental	Sub-factor ambiental	Impacto ambiental	Medidas de mitigación	Responsable	Costo	Tiempo	Observaciones
Biofísico	Suelo	Erosión del suelo	<p>Conservación de suelo y vegetación:</p> <p>La conservación de suelo implica minimizar la exposición del suelo al agua y al viento.</p> <p>Implementación de técnicas de construcción adecuadas:</p> <p>Construcción de terrazas en pendientes pronunciadas para reducir la velocidad de escorrentía</p> <p>Control de la escorrentía:</p> <p>Construcción de zanjas de infiltración, canaletas de desvío, barreras de contención y estanques de</p>	Ing. Ambiental a cargo	<p>1.000\$</p> <p>1.000\$</p> <p>2.000\$</p>	Durante la construcción de la infraestructura	Se debe considerar la contratación de un asesor ambiental para poder lograr estas medidas de mitigación y reducir al mínimo el impacto generado en el suelo.

			<p>retención.</p> <p>Mantenimiento regular y control de erosión:</p> <p>Esto implica inspeccionar y reparar áreas erosionadas, reponer coberturas vegetales dañadas, mantener las áreas de drenaje limpias y en buen estado</p>		1.500\$		
Agua	Generación de aguas residuales	<p>Diseño eficiente de las instalaciones:</p> <p>Durante la etapa de diseño del parque acuático, se deben considerar sistemas de filtración y tratamiento del agua eficientes.</p> <p>Programas de conservación del agua:</p> <p>Implementar programas de conservación del agua puede ayudar a reducir el consumo y la generación de aguas</p>	Ing. Ambiental a cargo	2.000\$	<p>Permanente</p> <p>Se debe considerar tanto en la etapa de construcción para minimizar la generación de aguas residuales desde un inicio la generación de aguas residuales.</p> <p>De igual manera en la etapa de operación se debe realizar mantenimiento constante de la estructura realizada en la</p>	<p>Se debe concientizar a los empleados y visitantes sobre la importancia de conservar el agua y minimizar la generación de aguas residuales son fundamentales.</p>	

			<p>residuales.</p> <p>Tratamiento y reutilización del agua:</p> <p>Implementar sistemas de tratamiento de aguas residuales en el parque acuático permite tratar el agua utilizada en las piscinas y atracciones acuáticas.</p> <p>Cumplimiento de regulaciones y normativas:</p> <p>Es importante asegurarse de cumplir con las regulaciones y normativas locales y nacionales relacionadas con el manejo del agua y el tratamiento de aguas residuales. Tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ley Orgánica del Ambiente (LOA) • Norma de Calidad Ambiental del Agua 		<p>1.500\$</p> <p>1.500\$</p>	<p>etapa de construcción para evitar altercados.</p>	
--	--	--	---	--	-------------------------------	--	--

			(NCAA) • Norma Ecuatoriana Obligatoria (NEO) • Normas de saneamiento básico				
	Aire	Contaminación del aire	<p>Control de emisiones de vehículos:</p> <p>establecer áreas designadas para el estacionamiento de vehículos, con sistemas de ventilación adecuados para evitar la acumulación de gases contaminantes.</p> <p>Uso de energías limpias: Utilizar fuentes de energía renovable, como la energía solar o eólica, para abastecer las instalaciones del parque acuático, puede reducir las emisiones de gases contaminantes relacionados con la generación de energía.</p>	Ing. Ambiental a cargo	1.000\$	<p>Durante la construcción de la infraestructura.</p> <p>Durante la etapa de operación y mantenimiento del proyecto.</p>	<p>Evitar el uso de gases con gran cantidad de elementos que dañen el ambiente.</p> <p>De igual manera, al implementar estas medidas de mitigación, se puede reducir la contaminación del aire en un parque acuático y contribuir a la protección del medio ambiente y la salud de las personas.</p>
					1.500\$		

Turismo	Desarrollo de la industria	Aumento demanda turística	<p>Planificación del desarrollo turístico:</p> <p>Esto implica identificar las capacidades y limitaciones del destino y establecer políticas que promuevan un crecimiento turístico sostenible.</p>		1.000\$	Durante la etapa de construcción.	<p>un plan de mitigación en caso de un incremento en la demanda turística es esencial para garantizar un desarrollo turístico sostenible, la preservación de los recursos naturales y culturales, el bienestar de la comunidad local y la calidad de la experiencia turística. Ayuda a evitar impactos negativos y a maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales del turismo en el destino.</p>
			<p>Gestión de la capacidad:</p> <p>Gestionar adecuadamente la capacidad del parque acuático y las infraestructuras turísticas.</p>		500.00\$	Durante la etapa de operación, mediante reuniones continuas de 1 o 2 reuniones cada 2-3 mese	
			<p>Diversificación de productos y destinos:</p> <p>Desarrollar nuevos productos y actividades, así como promover otros atractivos turísticos cercanos, fomentando la distribución</p>		1.000\$		

			<p>geográfica de los visitantes.</p> <p>Participación y consulta de la comunidad local:</p> <p>La participación de la comunidad ayuda a identificar preocupaciones y desafíos, y a desarrollar soluciones conjuntas. Además, permite asegurarse de que el turismo sea beneficioso y respetuoso con la cultura y el medio ambiente local.</p>		1.000\$		
--	--	--	---	--	---------	--	--

Nota: La tabla muestra el plan de manejo ambiental del proyecto para lograr para reducir significativamente los impactos negativos. **Fuente:** Elaborado por los Autores, 2023

UNIDAD 5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Inversiones y capital de trabajo

5.1.1. Capital de trabajo

El capital de trabajo corresponde al monto de dinero que permita cubrir los gastos de los primeros meses de funcionamiento de la empresa, hasta que tenga el sostenimiento económico suficiente, para el caso de esta propuesta, se estima el período de seis meses, en el que se consideran los costos de servicios básicos como: agua, luz, teléfono, internet, servicio de TV Cable, así también los servicios por la toma de la fuente de agua del río Chorlaví, los sueldos y salarios de los trabajadores necesarios para área operativa, los gastos de marketing y publicidad, y al final un capital extra por supuestos imprevistas que pueden acontecerse en la fase operativa del negocio, dando como resultado el valor de \$62.150 dólares.

5.2. Estados Financieros Proyectados: De situación inicial y de Resultados


5.2.1 Balance de situación inicial

El Parque Acuático “Buena Ventura” tiene una inversión total de \$1.114.620 dólares. Donde se tiene \$62.150 como activo circulante que representa, correspondiente al monto de capital de trabajo calculado para la operación del emprendimiento; y también los activos fijos, que ascienden a \$1.052.470, correspondiente al valor del terreno, la infraestructura/construcción, maquinaria y equipo, insumos y gastos de instalación.

La empresa aspira constituirse con socios aportantes de capital, con un monto de \$160.000 cada uno, sumando un total de \$800.000, a lo que se suman \$30.000 dólares en bienes muebles que son de propiedad, dando un valor de patrimonio de \$830.000 dólares, por consiguiente, el valor restante

corresponderá al pasivo, equivalente a \$284.620 dólares, con el que se completaría el total de la inversión.

Tabla 38. Balance de Situación Inicial Parque Acuático "Buena Ventura"

PARQUE ACUÁTICO "BUENA VENTURA"		
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2021		
		
ACTIVO		
Activo Circulante		
Caja		\$1.500
BANCOS		\$60.650
Total Activo Circulante		\$62.150,00
Activo Fijo		
Terrenos		\$115.000
Infraestructura/Construcciones		\$798.540
Maquinaria y equipos		\$90.983
Insumos		\$40.947
Gastos de instalación		\$7.000
Total Activo Fijo		\$1.052.470
Otros activos		
Rentas pagadas por anticipado		
Derechos de marca de empresa		
Total Otros Activos		\$0
SUMA DEL ACTIVO		\$1.114.620
PASIVO		
Pasivo Circulante		
Proveedores		
Prestamo al Banco del Pacífico		\$284.620
Intereses por pagar		
ISR por pagar		
Anticipo de clientes		
Total Pasivo Circulante		\$284.620
Pasivo a Largo Plazo		
Documentos por pagar a largo plazo		
Total Pasivo Circulante		\$0
SUMA DEL PASIVO		\$284.620 25,5%
PATRIMONIO		
BIENES INMUEBLES		\$0
BIENES MUEBLES		\$30.000
APORTE EN EFECTIVO		\$800.000
Total Capital contable		\$830.000 74,5%
SUMA DEL CAPITAL CONTABLE		\$830.000
SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO		\$1.114.620 100%

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

5.2.2 Tabla de amortización

El valor del pasivo se estima que se financie a través de una entidad bancaria, que para este caso se considera el programa de “crédito comercial empresarial” del Banco del Pacífico para incrementar el capital de trabajo y compras de activos fijos, que ofrece una tasa de interés del 10,24%, con un valor de \$284.620, a un plazo de 6 años o 72 meses, genera un pago de \$5.307,34 dólares cada mes.

Tabla 39. Taza de Amortización

Plazo	72
Monto	284.620
Tasa anual	10,24%
Tasa mensual	0,85%
Pago mensual	\$5.307,34

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

5.2.3 Fuentes de financiamiento y costo de capital

Tomando en cuenta el valor total de la inversión de \$1.114.620, el capital propio de \$830.000 genera un resultado de 74% en participación de la inversión total, a un interés de 7,13% obtenido del banco central del año 2023 con una equivalencia de 5,31%. Mientras que el financiamiento consta de \$284.620 con una participación de 26% a un interés de 10,24% equivalente a 2,61%, calculando todos los valores, resulta como costo de capital del total de la inversión, el 7.92%.

Tabla 40. Capital de Trabajo

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL					
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA	COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	\$1.114.620,00	100%		7,92%	7,92%
IMPUESTO A LA RENTA				0%	
CAPITAL PROPIO	\$830.000,00	74%	7,13%	5,31%	
FINANCIAMIENTO	\$284.620,00	26%	10,24%	2,61%	

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

5.2.4 Flujo de caja primer año y proyección a 10 años

Para conocer el flujo de caja del primer año se aprovecha los productos que posee el establecimiento, en este caso son 8 productos que el parque acuático presentara a sus clientes. Tomando en consideración los productos que son: ingreso al establecimiento Adultos, ingreso al establecimiento niños, simulador de surf, rio lento, Spa, baños de cajón, locales de arriendo y la venta de artículos (gorras, camisetas, vividis, tomatodos, cepillos, llaveros, etc.), junto a las unidades que se pretende vender, se aprecia un resultado de \$56.900 mensual y el valor de \$682.800 dólares durante el primer año de operación del negocio. Para la obtención de este resultado se considera los establecimientos de competencia entrevistadas anteriormente para generar un valor sobre el recibimiento de clientes al día, tomando en cuenta que fines de semana y feriados incrementan sus números, también se analiza la capacidad de carga física del parque acuático al ser muy extenso recibe más turistas que ciertos establecimientos con productos y servicios similares.

En la parte de egresos para conocer los datos numéricos se toma en cuenta ciertos cálculos que parten del deterioro que pueden generar los turistas en cada producto que posee el parque acuático, sacando el valor por un promedio de personas que recibe al día, multiplicado por doce meses, generando un resultado que lo multiplicamos por el valor de construcción que requiere cada producto, dándonos el valor de egresos. No obstante, se analiza los costos adicionales, que vienen a ser el mantenimiento del negocio en general, mantenimiento de toboganes, los sueldos y salarios, décimos, Impuestos, servicios básicos, publicidad que conlleva la creación de página web, creación de redes sociales, comercialización, los permisos de funcionamiento y el pago del préstamo mensual a la identidad bancaria, generando un valor mensual del primer mes de \$48.857.34 y un egreso general

en los siguientes meses de \$39.157,34 y un total de \$487.938,03 en el primer año de funcionamiento en el apartado de egresos del emprendimiento.

Analizando los anteriores datos se tiene que en ingresos se posee la cantidad de \$682.800 en el primer año, mientras que en egresos se tiene el valor de \$487.938,03 del mismo año, por lo tanto, tras la resta de los dos valores, en el año se tiene un flujo de \$194.861.97 dólares.

Tabla 41. Flujo de caja del año uno del Parque Acuático "Buena Ventura"

INGRESOS		Precio	unidad a la vent	CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1												TOTAL ANUAL	
				mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12		
(Adultos) Ingreso piscinas e	10	2500	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	\$ 300.000,00
(Niños) Ingreso piscinas e in	6	2500	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	\$ 180.000,00
Simulador de Surf	2	1000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	\$ 24.000,00
Río Lento	1	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	\$ 12.000,00
SPA	30	300	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	\$ 108.000,00
Baños de cajón	2	600	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	\$ 14.400,00
Locales de comida rentados	300	10	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	\$ 36.000,00
Venta de artículos	7	100	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	\$ 8.400,00
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$ -
TOTAL INGRESOS			56900	56900	56900	56900	56900	56900	56900	56900	56900	56900	56900	56900	56900	56900	\$ 682.800,00
EGRESOS																	
Costo ingreso a piscinas e instalaciones (adultos)			5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	\$ 60.000,00
Costo ingreso a piscinas e instalaciones (niños)			3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	\$ 36.000,00
Simulador de Surf			60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	\$ 720,00
Río Lento			100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	\$ 1.200,00
SPA			2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	\$ 25.200,00
Baños de cajón			24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	\$ 288,00
Costo locales de arriendo			450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	\$ 5.400,00
Venta de artículos			14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	\$ 168,00
Mantenimiento			3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	\$ 36.000,00
Mantenimiento toboganes			9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	\$ 108.000,00
Sueldos y salarios			4750	4750	4750	4750	4750	4750	4750	4750	4750	4750	4750	4750	4750	4750	\$ 57.000,00
Décimos										3600					4750	\$ 8.350,00	
Impuestos			4552	4552	4552	4552	4552	4552	4552	4552	4552	4552	4552	4552	4552	4552	\$ 54.624,00
Publicidad			9000	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	\$ 14.500,00
Servicios Básicos			1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	\$ 15.600,00
Permisos			1200														\$ 1.200,00
PAGO DE PRESTAMO			\$5.307,34	\$5.307,34	\$5.307,34	\$5.307,34	\$5.307,34	\$5.307,34	\$5.307,34	\$5.307,34	\$5.307,34	\$5.307,34	\$5.307,34	\$5.307,34	\$5.307,34	\$5.307,34	\$ 63.688,03
																	\$ -
TOTAL EGRESOS			48857,34	39157,34	39157,34	39157,34	39157,34	39157,34	39157,34	42757,34	39157,34	39157,34	39157,34	43907,34			\$ 487.938,03
FLUJO DE CAJA			8042,66	17742,66	17742,66	17742,66	17742,66	17742,66	17742,66	14142,66	17742,66	17742,66	17742,66	12992,66			\$ 194.861,97
FLUJO ACUMULADO			8042,66	25785,33	43527,99	61270,66	79013,32	96755,98	114498,65	128641,31	146383,98	164126,64	181869,31	194861,97			\$ 194.861,97

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

El parque acuático “Buena Ventura” durante el primer año obtiene \$682.800 como ingresos y \$487.938,03 en egresos, dando un flujo de caja de \$194.861,97 dólares, en la proyección del flujo para un período de 10 años, se considera una tasa de crecimiento anual del 5,47%, calculado entre el porcentaje de posicionamiento del producto en el mercado en un 5% y un índice promedio de inflación del 0,47%, calculado entre los años 2015 al 2022, con lo que se estima una recuperación del monto total de la inversión, en el sexto año, en el que se obtiene un flujo acumulado de \$1.341.205,90 dólares.

Tabla 42. *Proyección ingresos y egresos para 10 años del Parque Acuático “Buena Ventura”*

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10	
Ingresos	682800,00	720149,16	759541,32	801088,23	844907,76	891124,21	939868,70	991279,52	1045502,51	1102691,50	
Egresos	487938,03	514628,24	542778,41	572468,38	603782,41	636809,30	671642,77	708381,63	747130,11	787998,12	
Flujo de caja	194861,97	205520,92	216762,91	228619,84	241125,35	254314,91	268225,93	282897,89	298372,41	314693,38	
DATOS PARA LA TIR	-1114620,00	194861,97	205520,92	216762,91	228619,84	241125,35	254314,91	268225,93	282897,89	298372,41	314693,38
FLUJO ACUMULADO	194861,97	400382,89	617145,80	845765,65	1086891,00	1341205,90	1609431,84	1892329,73	2190702,13	2505395,51	

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

5.2.5 Análisis y Evaluación Financiera (VAN TIR)

La evaluación financiera resultante con el flujo de 10 años, tomando como datos, una inversión de \$1.114.620, un costo de capital del 7.92%, y un porcentaje de crecimiento del 5,47%, se calculan la tasa interna del retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN) resultante. La operación arroja una TIR del 16,47% y un VAN de \$516.937,63. Siendo la TIR 16,47% superior a la tasa de pago o costo de capital 7,92%, y el valor actual neto superior a 0, se concluye que la propuesta de emprendimiento es factible en un ejercicio de diez años.

Tabla 43. Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno a tener el Parque Acuático Buena Ventura

Incrmento anual	5,47%
Costo de capital	7,92%
Inversión	1114620
VAN	516937,63
TIR	16,47%

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

5.2.6 Punto de equilibrio

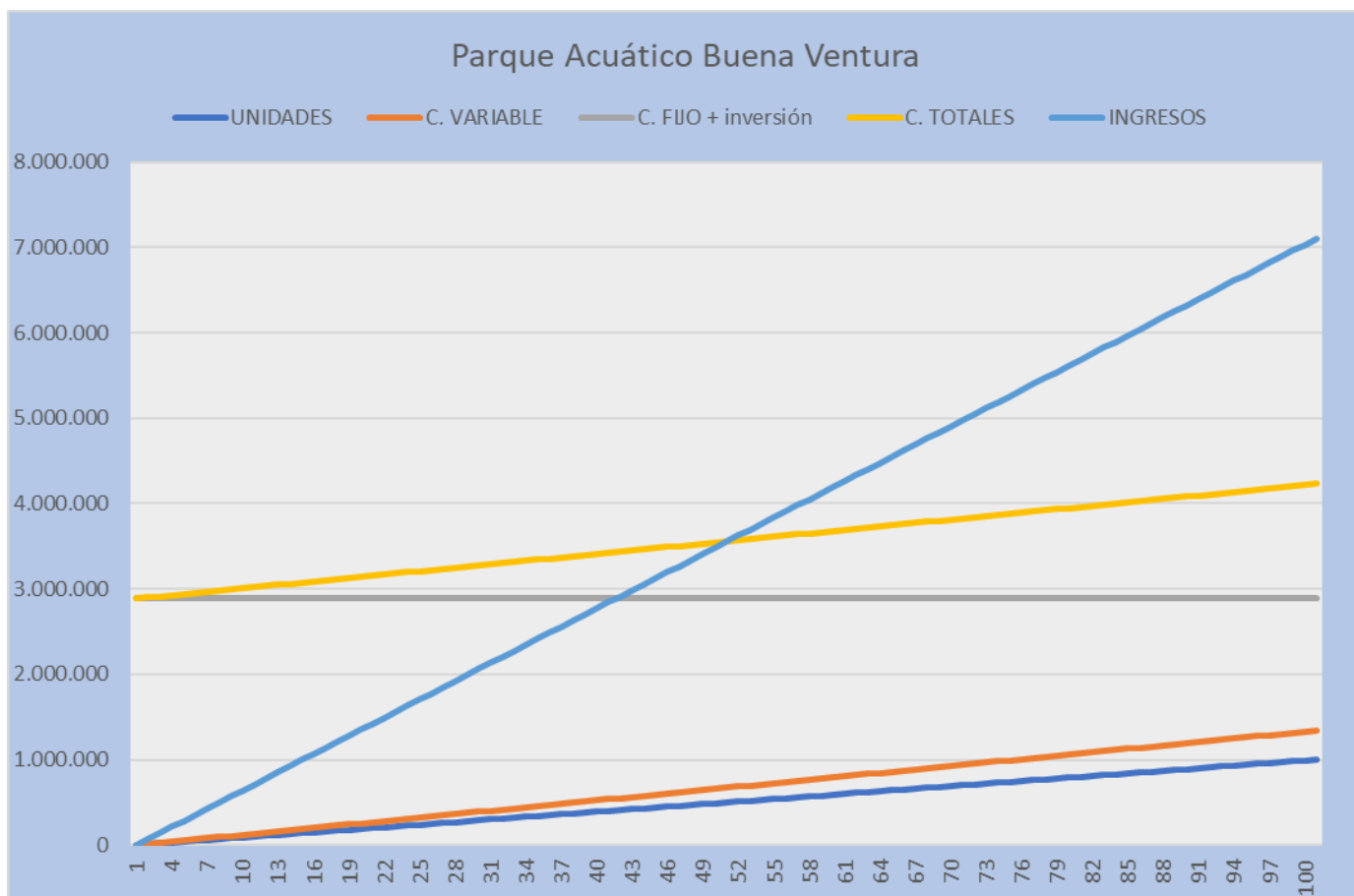
El emprendimiento de Parque Acuático “Buena Ventura” llega a alcanzar su punto de equilibrio en el sexto año de funcionalidad con un valor de \$1.341.205,90 donde gracias a los 8 productos y servicios debe alcanzar un monto total de \$576.720 dólares, donde se tiene un precio promedio ponderado de \$7,10 y un costo promedio ponderado de \$1,34. Agregando el margen de contribución ponderado de cada producto, que bien a ser el equivalente de \$5,76 en lo cual, frente a esto se permite tener un punto de equilibrio en unidades a \$500.931 que por consiguiente equivale a un valor de \$3.558.425 como punto de equilibrio por ingresos.

Tabla 44. Punto de Equilibrio del Parque Acuático Buena Ventura

	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	Producto 8
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	180.000	180.000	72.000	72.000	21.600	43.200	720	7.200
TOTAL UNIDADES		576.720						
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	31,21%	31,21%	12,48%	12,48%	3,75%	7,49%	0,12%	1,25%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$10	\$6	\$2	\$1	\$30	\$2	\$300	\$7
COSTO VENTA UNITARIO	\$2,00	\$1,20	\$0,06	\$0,10	\$7,00	\$0,04	\$45,00	\$0,14
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$7,10						
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$1,34						
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$1.771.644						
INVERSIÓN		\$1.114.620						
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$8,00	\$4,80	\$1,94	\$0,90	\$23,00	\$1,96	\$255,00	\$6,86
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$5,76						
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		500.931						
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$3.558.425						
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	156.346	156.346	62.538	62.538	18.761	37.523	625	6.254
PUNTO EQUILIB PRODUCTO / DOLARES	\$1.563.456	\$938.073	\$125.076	\$62.538	\$562.844	\$75.046	\$187.615	\$43.777

Nota: Elaborado por los autores, 2023.

Figura 88. Representación del punto de equilibrio del Parque Acuático Buena Ventura



Nota: Elaborado por los autores, 2023.

En la gráfica se analiza el punto de equilibrio entre los ingresos y los costos totales, sabiendo que se establece el negocio en el sexto año en la gráfica menciona que se llega al punto de equilibrio con la cantidad de \$3.570.593,59 como costos totales y \$3.622.846,44 en ingresos. Con el número de unidades vendidas de 510.000, los costos variables de \$684.329,59 y el costo fijo más inversión de \$2.886.264.

CONCLUSIONES

Tras haber culminado con la tesis realizada sobre la idea de negocio del Parque Acuático “Buena Ventura” se determinó la factibilidad que tendrá este negocio, generando una respuesta a una problemática existente, con el fin de presentar una idea que diversifique las opciones turísticas dentro de la provincia de Imbabura y brindar un buen servicio y producto al cliente.

Dentro del primer capítulo se determinó la idea de negocio siendo el parque acuático con mayor ponderación frente a las demás ideas que se tuvo en un principio, con la ayuda de dos modelos de negocio, el primero hace referencia al modelo Lienzo Canvas donde se determinó los aliados y asociaciones claves, las actividades, recursos, propuestas de valor, la relación que se tiene con los clientes, sus canales, el segmento de mercado, la estructura de costos y las fuentes de ingreso mediante los productos y servicios a ofrecer, generando así desde un inicio una idea de cómo está estructurado el negocio y que es lo que se puede alterar para que quede mejor en las actividades de recreación. Por otro lado, se escogió también el modelo de negocio de E-commerce donde se une con los canales del lienzo canvas, ya que toda la promoción, marketing y comercialización se realiza por medio de la página web del negocio y sus respectivas redes sociales, donde la gente conocerá desde su respectiva casa las atracciones y productos que puede adquirir con el fin de pasar un momento de ocio en familia o pareja.

Seguido, se determinó el segmento de mercado meta mediante la identificación de gustos y demandas de las personas al momento de consumir un balneario o negocios que ofrezcan productos similares, siendo personas principalmente de las provincias de Imbabura, Pichincha y Carchi, encontrándose entre el rango de 26 a 50 años con un estado civil de solteros y casados con una ocupación de empleados públicos, privados o con negocios propios, que generan ingresos desde \$425 hasta \$800 dólares, mientras que en el caso de los estudiantes encuestados determinaron tener una dependencia económica de algún familiar.

En el estudio técnico, una parte sumamente importante y detallada donde se dictaminó todo lo necesario para que el proyecto pueda llevarse a su fase de construcción y operación, donde la idea parte desde la compra y ubicación del terreno en zonas rurales con cercanía a una fuente de agua, este caso en la parroquia de Imbaya, con el tema de la infraestructura se establece en 17 áreas que tendrá el proyecto donde se clasifican en áreas de: toboganes, piscinas, espacios verdes, espejo de agua para niños, SPA, turco, área de juegos de mesa, garita de cobro, parqueadero, bodega, locales de comida, simulador de surf, río lento, área de venta de artículos, área de guardianía y el área de tratamiento de agua donde juega un papel muy importante, por eso se decidió utilizar el sistema de batch para la correcta puesta en punto del agua tras haber pasado por una variedad de filtros y depositada en un tanque de reserva para el calentamiento de agua y distribución hacia todas las instalaciones, esto ocupara un espacio de 12.000m².

Para el diseño administrativo donde se planteó una estructura organizacional tanto administrativa como operativa para el correcto funcionamiento del proyecto, desglosando desde la presencia de los socios, seguido de la gerencia, luego todos los servicios y productos de operación que se ofrece especificando la función de cada uno de ellos y cuantas personas estarán administradas, contando con la renta de los locales de comida, una entidad financiera que contabilizara los estados económicos cada tres meses, la seguridad y el departamento de marketing y publicidad.

Un aspecto importante, se determinó de igual manera los posibles efectos positivos y negativos que puede generar el parque acuático mediante un estudio de impacto ambiental, utilizando el método de Criterios Relevantes Integrados aplicado en la etapa de construcción y operación, llegando a un resultado que los impactos negativos mayormente se dan en la etapa de construcción por la gran alteración del entorno natural que posee el terreno, sin embargo se ha planteado medidas de mitigación para tratar de prevenir estos resultados, ante todo esto los impactos positivos surgen en la etapa de operación con el mejoramiento de calidad de vida de los pobladores aledaños

al momento de establecer un emprendimiento en una zona poco turística, prevaleciendo ante los aspectos negativos de la primera etapa.

Por último, se estableció la factibilidad del parque acuático mediante un minucioso estudio financiero, donde se determinó el monto de la inversión necesaria con el valor de \$1.114.620 desglosándose con \$62.150 como activo circulante y \$1.052.470 como activo fijo, donde el financiamiento proviene de un crédito bancario de \$284.620 que equivale al 25.5% pagando un valor de \$5.307,34 mensual de una tasa de interés del 0.85% y 830.000 como capital propio de todos los cinco socios con el 74.5%. Durante el flujo del primer año tras los 8 productos ofrecidos se tiene un valor de caja de 247.301,97 tras restar el valor de los egresos. Afirmando con el flujo a 10 años que es factible la realización del proyecto, ya que la tasa interna de retorno (TIR) posee el valor de 22.82% superando al costo de capital que se establece con el 7.92%, y el valor actual neto (VAN) de \$956.011,92, alcanzando el valor de la inversión en el quinto año, pero se logra el punto de equilibrio en el sexto año del funcionamiento del proyecto.

RECOMENDACIONES

En lo que concierne a la parroquia escogida para la implementación del proyecto, se recomienda a las debidas autoridades de la zona intentar inculcar el turismo a sus pobladores, ya que dentro de su plan de desarrollo disponen dinamizar los sitios turísticos de la zona cuando son emprendimientos privados y familiares, mas no para uso público, llegando a la problemática principal de todo el proyecto realizado.

Dentro del estudio de mercado, pues es un mundo cambiante por decirlo así, se debe seguir actualizando los datos en un cierto tiempo y no descuidarse de las actualizaciones que el mercado va adquiriendo con el pasar del tiempo, de igual manera los gustos y preferencias se van diversificando, esto se debe aprovechar de la mejor manera para que el proyecto cumpla las necesidades de los clientes y siempre prevalezca o destaque al momento de prestar un servicio al público.

Dentro del estudio técnico se recomienda hacer énfasis en la temática, si bien es cierto el proyecto cuenta con una temática de Hawái, pero no es el factor principal del parque acuático, esto puede traer mayor demanda turística para el emprendimiento con el segmento de mercado de los menores de edad. Así mismo estar siempre actualizados en el tema de maquinarias o insumos para el mantenimiento necesario del establecimiento, ya que las maquinas van evolucionando con el tiempo, siendo a un menor costo y facilitando el trabajo.

En el sector operacional que son los empleadores se recomienda estar pendientes en las capacitaciones, para que estos generen una buena presencia y empatía con los clientes, además de apoyarlos en capacitaciones de no solo en como recibir y tratar al cliente, sino en conocimientos nuevos que generen diversificación al emprendimiento, como es realizar un curso de masajes, curso de tratamiento de piscinas etc. Así esto cumple con las normativas de salud y capacidad de prestar un servicio de calidad a los clientes potenciales.

En el sector ambiental estar atentos minuciosamente con el tema de los impactos negativos, ya que es un proyecto de gran dimensión donde altera la mayor parte del estado natural del terreno, y no solo genera desperfectos en el

área, también a los pobladores aledaños con el tema de contaminación visual, auditiva, polvo. Estar atento a los planes de mitigación para no generar desacuerdos o molestias con la parroquia y más bien poder crear alianzas o acuerdos para tener una mejor calidad de vida. Otro aspecto el tema de agua, si bien es cierto Imbaya es una zona que se dedica a la agricultura, por ellos se recomienda hacer énfasis en el tema de agua y tratamiento de esta para hacer servir el agua y poder dar riego a las plantaciones de los agricultores aledaños.

En lo que es el estudio financiero se recomienda estar atento a los valores o montos que se ponen a cada aspecto donde se apeguen con la realidad sobre lo que es llevar a cabo un emprendimiento, tener en cuenta las tasas de interés que no tengan algún cambio para así no des coordinar los datos obtenidos y que esto siempre coordine con el estudio técnico para no tener varias versiones de resultados y no tener datos claros o verdaderos. También estar en buenos términos y acuerdos con los socios de la empresa. Generar un crédito donde sea de un interés que permita cubrir el valor mensual a pagar, ya que no es un valor pequeño que se pagara a corto plazo. Así mismo se recomienda estar en una constante verificación de las ventas, en ingresos y egresos para saber o conocer si se cumplirá el punto de equilibrio de la empresa en el año acordado.

Bibliografía

- 360, S. A. (20 de Marzo de 2015). *Socal Attractions 360*. Obtenido de Parque acuático Cowabunga Bay – Las Vegas: <http://socalattractions360.com/cowabunga-bay-water-park-las-vegas/>
- Acuático, E. R. (13 de Agosto de 2016). *Facebook*. Obtenido de El Rollo Parque Acuático: <https://www.facebook.com/EIRolloMorelos/photos/curvas-subidas-bajadas-y-splash/1221193914606460/>
- Alyson. (09 de 02 de 2023). *Worldtravelfamily*. Obtenido de Revisión del parque acuático Legoland Malasia: <https://worldtravelfamily.com/legoland-water-park-malaysia/>
- Arias. (2006). *Filosofía*. Obtenido de Diferencia entre tecnicas e instrumentos de recolección de datos: <https://filosofia.co/general/diferencia-entre-tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/#:~:text=INSTRUMENTO%20DE%20RECOLECCI%C3%93N%20DE%20DATOS%20Seg%C3%BAn%2C%20Arias%20%282006%29%2C,se%20pueden%20mencionar%3A%20los%20cuestionarios%2C%20entrevist>
- Arias, E. (05 de Febrero de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Investigación descriptiva: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>
- Arias, E. R. (20 de Agosto de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Método comparativo: <https://economipedia.com/definiciones/metodo-comparativo.html>
- ARTEAGA, L. (15 de Julio de 2015). *Blogspot*. Obtenido de Instrumentos de Recolección de Datos: <https://instrumentosderecolecciondedatosidm.blogspot.com/2015/07/definicion-de-instrumento-de.html>
- Bookineo. (s.f.). *Bookineo*. Obtenido de 11 mejores parques acuáticos en Alabama: <https://bookineo.com/11-mejores-parques-acuaticos-en-alabama/>
- CELEC EPTRANSELECTRIC. (Octubre de 2010). *ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL DEFINITIVO PARA LA CONSTRUCCIÓN Y OPERACIÓN DE LA SUBESTACIÓN EL INGA 500/230/138 kV.* . Obtenido de Celec.gob.ec: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.celec.gob.ec/t-ranselectric/images/stories/baners_home/EIA/cap9_se_el_inga.pdf

Cemi. (s.f.). *Cemi*. Obtenido de Toboganes Tobogán:
<https://www.cemi.it/es/proyecto-realizacion/construccion-parques-acuaticos/toboganes-parques-acuaticos/tobogan/>

Confidencial, C. (28 de Junio de 2018). *Canarias Confidencial*. Obtenido de Aqualand Maspalomas, el Parque Acuático de Gran Canaria:
<https://www.canariasconfidencial.com/gran-canaria/parques-tematicos/aqualand/>

demediterraning. (s.f.). *demediterraning*. Obtenido de Entrada Aquopolis parque acuático:
https://www.demediterraning.com/es/entrada-aquopolis-parque-acuatico_t584129.html

Editorial, E. (05 de Agosto de 2021). *Concepto*. Obtenido de Encuesta:
<https://concepto.de/encuesta/>.

esdiario. (01 de Agosto de 2017). *esdEstilo*. Obtenido de Los 7 mejores parques acuáticos de España:
<https://www.esdiario.com/ocio/848536236/Los-7-mejores-paques-acuaticos-de-Espana.html>

Etdinox. (2023). *Etdinox*. Obtenido de Fabricantes de Reactores Industriales en Acero Inoxidable:
<https://etdinox.com/es-mx/fabricantes-reactores-quimicos-industriales-mexico/>

fotos, G. (s.f.). *Google*. Obtenido de Olímpia, State of São Paulo:
https://www.google.com.br/travel/entity/key/CholoYP_vp-9q8jJARoNL2cvMTFndHpuNnd3MhAE?ap=MABiEzKxMTQ5NzM4MzYyMzg1Mjg1ODk&g2lb=4208993%2C4223281%2C4240087%2C4240602%2C4242081&hl=es&gl=es&un=0&rp=OAFAAEgCUhM5MTE0OTczODM2MjM4NTI4NTg5&ictx=1&tcfs=EjsKDC9nLzFwd

G.A.D. (s.f.). *G.A.D Antonio Ante*. Obtenido de Imbaya:
<https://www.antonioante.gob.ec/AntonioAnte/imbaya/>

Gonzales, S. (28 de JULIO de 2018). *ORLANDOFLORIDA*. Obtenido de AQUATICA ORLANDO | ENTRADAS CON DESCUENTO, PROMOCIONES Y OFERTAS:
<https://espanol.orlando-florida.net/tag/aquatica-orlando/>

Guiaspracticass. (2023). *Guiaspracticass*. Obtenido de Hidromasaje y spa:
<https://www.guiaspracticass.com/hidromasaje-y-spa>

Images, C. (25 de Abril de 2019). *Alamy*. Obtenido de Toboganes acuáticos en el parque acuático Volcano Bay en Universal Studios:

<https://www.alamy.es/toboganes-acuaticos-en-el-parque-acuatico-volcano-bay-en-universal-studios-image453633257.html>

Imbabura – Ecuador. (28 de Mayo de 2010). Obtenido de Ubicación cartográfica provincia Imbabura: <https://imbabura.wordpress.com/2010/05/28/hola-mundo/>

ISABA. (s.f.). *ISABA*. Obtenido de Splashpark: <https://isaba.com/pdf/DOSSIER-SPLASH.pdf>

Jervis, T. M. (27 de Agosto de 2020). *Lifeder*. Obtenido de Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos: <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>

Karolmarin04. (21 de Agosto de 2015). *MARINKAROL*. Obtenido de Tobogan mas alto del mundo: <https://marinkarol.wordpress.com/2015/08/21/tobogan-mas-alto-del-mundo/>

La opinión de zamora. (08 de Agosto de 2018). Obtenido de Los parques acuáticos más espectaculares del mundo: <https://www.laopiniondezamora.es/ocio/planes/2018/08/03/parques-acuaticos-espectaculares-mundo-1695963.html>

Mariopark. (2022). *Mariopark*. Obtenido de Boomerang: <https://www.mariopark.com/atracciones/boomerang/>

Mitjana, L. R. (15 de Septiembre de 2019). *psicologiyamente*. Obtenido de ¿Qué es el diseño de investigación y cómo se realiza?: <https://psicologiyamente.com/miscelanea/disenio-de-investigacion>

Ochoa, C. (30 de Junio de 2015). <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-bola-nieve>. Obtenido de Muestreo no probabilístico por bola de nieve: <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-bola-nieve>

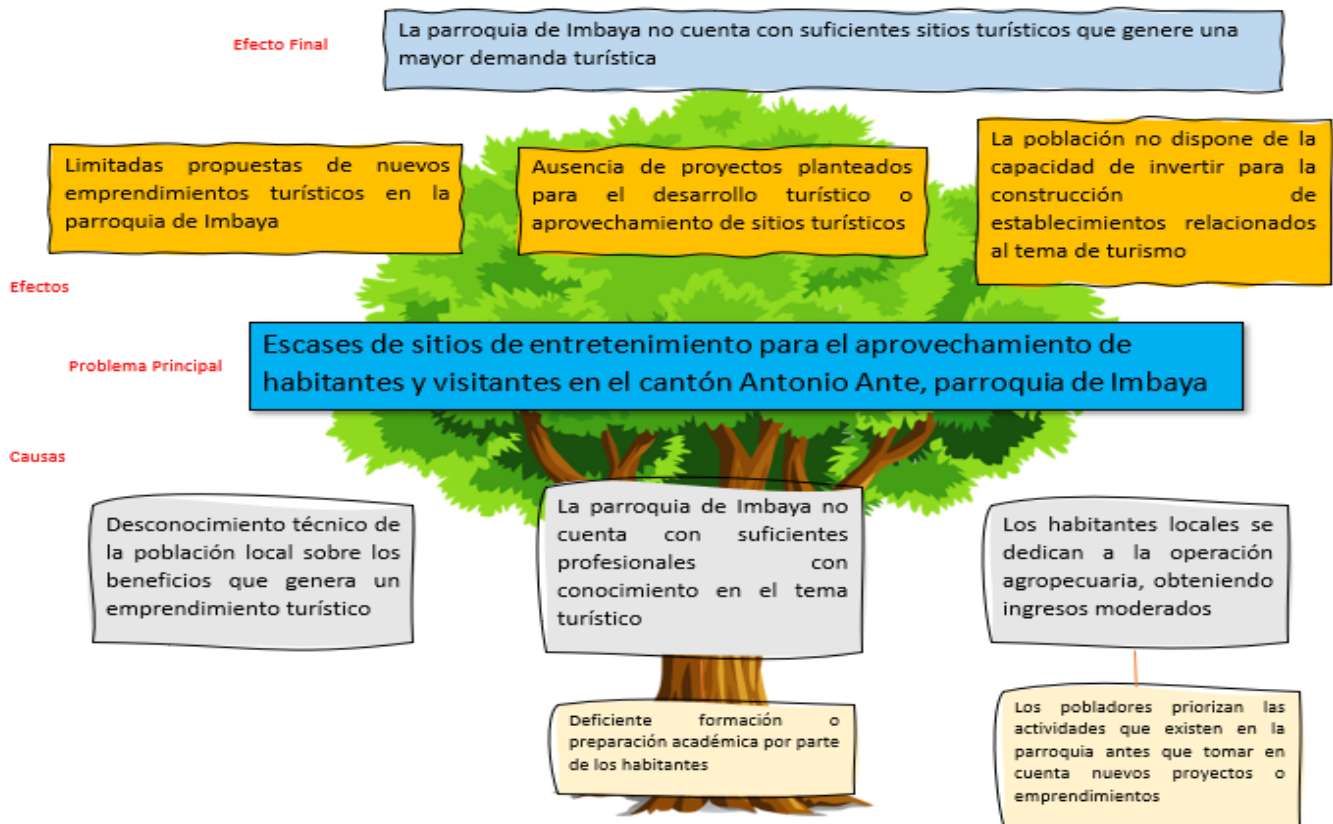
Pichincha, B. (07 de Mayo de 2021). *Banco Pichincha*. Obtenido de ¿Cómo se clasifican las empresas según su tamaño en Ecuador?: <https://www.pichincha.com/portal/blog/post/clasificacion-empresas-por-tamano>

Port, L. V. (s.f.). *Le Vieux Port*. Obtenido de ¡Una experiencia única e inédita en un camping de 5 estrellas en Francia!: <https://www.levieuxport.com/es/parque-acu%C3%A1tico/maquina-de-surf>

- Quiroa, M. (07 de Diciembre de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Investigación de mercado: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-de-mercado.html>
- Tripadvisor. (s.f.). *Tripadvisor*. Obtenido de https://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g312857-d2171249-i109793873-EI_Refugio_Spa_Garden-Banos_Tungurahua_Province.html
- Turismo, M. d. (2018). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de GUÍA DEL EMPRENDEDOR TURÍSTICO: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/EmprendeTurismo/Guia-del-emprendedor-Turistico-FINAL.compressed.pdf>
- User, S. (18 de Febrero de 2023). *Guía Hidalgo*. Obtenido de Conoce Maguey Blanco: Una comunidad llena de historia y tradición en el corazón de Hidalgo: <https://www.guiahidalgo.com.mx/index.php/turismo/item/271-conoce-maguey-blanco-una-comunidad-llena-de-historia-y-tradicion-en-el-corazon-de-hidalgo>
- viajes, k. (04 de Agosto de 2020). *keralaviajes*. Obtenido de Las escapadas acuáticas en Islas Canarias más fantásticas: <https://www.keralaviajes.com/blog/las-escapadas-acuaticas-en-islas-canarias-mas-fantasticas>
- Wellness, Q. S. (2022). *Cuponidad*. Obtenido de Q Spa & Wellness: <https://cuponidad.pe/full-day-spa-para-uno-o-dos-con-masajes-y-mas-38007>
- Westreicher, G. (23 de Febrero de 2020). *economipedia*. Obtenido de Encuesta: <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>
- Westreicher, G. (22 de Abril de 2022). *economipedia*. Obtenido de Muestreo no probabilístico: <https://economipedia.com/definiciones/muestreo-no-probabilistico.html>
- WHITEWATER. (s.f.). *WHITEWATER WEST*. Obtenido de Crear el Parque Perfecto: https://www.whitewaterwest.com/wp-content/uploads/2022/04/LatinAmerica_Brochure_Final_Spanish.pdf

ANEXOS

Anexo 1. Árbol de Problemas



Imbaya es una parroquia rural perteneciente al cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura que limita al norte con el cantón Urcuquí, al sur con la parroquia de San Antonio, al este con el cantón Ibarra y al oeste con la parroquia de San José de Chaltura, es una localidad donde los moradores en gran parte se dedican a las actividades del campo, además se centran normalmente en procesos recreativos clásicos o comunes, con el fin de crear actividades que unan a la comunidad, fomentando la integración y buscando entornos saludables, pero que posee limitados sitios de entretenimiento que genere motivación a los turistas, siendo una zona de paso y no de atracción.

Las causas y los efectos encontrados entorno a la problemática parte desde el desconocimiento técnico de la población local sobre los beneficios que genera un emprendimiento turístico, puede ser desde el ámbito de orientación de los funcionarios públicos de la zona como por parte individual de cada

morador que reside en la parroquia, generando limitadas propuestas de nuevos emprendimientos turísticos en la parroquia de Imbaya, cantón Antonio Ante.

Otro posible punto para considerar que se presenta en el sector es que la parroquia de Imbaya no cuenta con suficientes profesionales con conocimiento en el tema turístico. Posiblemente por desinterés, que se debe a una deficiente formación o preparación académica por parte de los habitantes, esto ha dado como consecuencia la ausencia de proyectos planteados para el desarrollo turístico o aprovechamiento de sitios turísticos.

La parroquia de Imbaya cuenta con habitantes locales que se dedican a la operación agropecuaria, siendo su actividad diaria para subsistir, tanto ganadera como agrícola, obteniendo ingresos moderados, esto se puede dar porque los pobladores priorizan las actividades que existen en la parroquia antes que tomar en cuenta nuevos proyectos o emprendimientos, como resultado la población no dispone de la capacidad de invertir para la construcción de establecimientos relacionados al tema de turismo.

Conforme a las causas y efectos planteados anteriormente, se puede entonces concluir como efecto final que la parroquia de Imbaya no cuenta con suficientes atractivos turísticos que genere una mayor demanda turística.

Anexo 2. Modelo de Encuesta

Tema: PARQUE ACUÁTICO EN LA PARROQUIA DE IMBAYA, CANTÓN ANTONIO ANTE – ECUADOR

Objetivo: Determinar las preferencias de consumo de complejos turísticos de los habitantes de las provincias de Imbabura, Pichincha y Carchi.

Instrucción: La presente encuesta consta de 19 preguntas referente a las preferencias de consumo de complejos turísticos, lea determinadamente y responda las siguientes preguntas seleccionando la opción de su mayor preferencia.

1) Edad

- Menos de 18 años
- 18-25 años
- 26-32 años
- 33-40 años
- 41-50 años
- 51-60 años
- Mas de 60 años

2) Género

- Femenino
- Masculino
- LGBTIQ

3) Residencia

- Pichincha
- Imbabura
- Carchi
- Extranjero
- Otra provincia de residencia

4) Instrucción

- Primaria
- Secundaria
- Tercer nivel/Superior
- Cuarto nivel/Posgrado

5) Estado civil

- Soltero/a
- Casado/a
- Unión libre
- Divorciado/a
- Viudo/a

6) Ocupación

- Estudiante
- Empleado público

- Empleado privado
- Negocio
- Que haceres del hogar
- Jubilado
- Otras

7) Nivel de ingresos personales

- Menos de 425\$
- De 425 a 600\$
- De 601 a 800\$
- De 801 a 1000\$
- Mas de 1000\$

8) Durante el año 2022 ¿Cuál fue su último destino de preferencia visitado?

- Entornos rurales – comunidades
- Areas naturales protegidas
- Ciudades – zonas urbanas
- Bosques - Montañas
- Balnearios o piscinas
- Playas
- Áreas culturales
- Otros

9) ¿Entre cuantas personas realizaron su último viaje turístico?

- Solo
- Con 2 personas
- Con 3 personas
- Con 4 personas
- Con 5 personas
- Con más de 5 personas

10) ¿Cuál fue el promedio de gasto por persona en su viaje realizado?

- Menos de \$20
- De \$21 a \$30
- De \$31 a \$40
- De \$41 a \$ 50

- De \$51 a \$100
- De \$101 a \$200
- Más de \$200

11) Durante el año 2022, ¿Cuántas veces ha visitado un balneario?

- Ninguna
- Una vez
- Dos veces
- Tres veces
- Cuatro veces
- Cinco veces
- Mas de cinco veces

12) ¿Con cuántas personas estuvo acompañado/a en la última vez que visitó un balneario?

- Con ninguna persona
- Con 1 persona
- Con 2 personas
- Con 3 personas
- Con 4 personas
- Con 5 personas
- Mas de 5 personas

13) ¿Con quién estuvo acompañado/a la última vez que visitó un balneario?

- Amigos
- Familiares
- Pareja
- Solo
- Otros

14. ¿Cuánto fue el valor pagado por persona en el sitio de entretenimiento acuático?

- Menos de 3\$
- De 3\$ a 5\$
- De 6\$ a 8\$
- De 9\$ a 11 \$

- Más de 11\$

15) ¿Cuánto tiempo permaneció en un balneario, la última vez que visitó?

- Menos de 1 hora
- De 1 hora a 2 horas
- De 3 horas a 4 horas
- De 5 horas a 6 horas
- Más de 6 horas

16) ¿Qué servicio complementario o adicional considera más importante al momento de consumir un producto de balnearios, piscinas o áreas recreativas de interacción acuática?

- Patio de comidas / restaurante
- Área de recreación
- Tienda de implementos de baño
- Tienda de artesanías
- Servicio de fotografía
- Toboganes / olas
- Área de juegos para niños
- Ambientación de jardines naturales
- Canchas deportivas
- Otros

17) ¿Por qué decide visitar un balneario en específico?

- Por la temática y ambientación que presenta
- Por la calidad de su infraestructura
- Por su ubicación
- Por la temperatura de sus aguas
- Por su horario de atención
- Por la variedad de áreas húmedas que dispone (sauna, turco, hidromasaje)
- Otros

18) ¿Qué factor tiene más importancia para usted en el momento de consumir un producto de balnearios, piscinas o áreas recreativas de interacción acuática?

- Precio accesible

- Seguridad del establecimiento
- Calidad de la infraestructura
- Recomendaciones de amigos/familiares.
- Percepción de seguridad del sitio
- El buen estado de las vías
- Cercanía a su lugar de residencia
- La decoración e iluminación del ambiente
- Otros

19) ¿Cuál de los siguientes medios considera que es de mayor utilidad para promocionar un balneario?

- Página web
- Redes sociales
- Radio / Televisión
- Prensa
- Propaganda en vallas publicitarias
- Repartición de volantes a los viajeros
- Otras

Anexo 3 *Modelo de entrevista realizados a diferentes establecimientos de balnearios turísticos*

1. ¿Cuál es su nombre completo?
2. ¿Qué edad tiene?
3. ¿Cuál es su lugar de residencia?
4. ¿Cuál es su estado civil?
5. ¿Cuál es su cargo en el establecimiento turístico?
6. ¿Qué tipo de profesión tiene actualmente?
7. Hoy en día ¿A qué tipo de profesión se dedica?
8. ¿Cuánto tiempo tiene de funcionamiento operativo el emprendimiento?
9. Su proyecto actual ¿A qué segmento de mercado va dirigido?
10. Dentro de su negocio ¿Qué tipo de productos y servicios ofrece?
11. ¿Cuál es la que tiene mayor consumo o demanda por los visitantes?
12. ¿Cuáles son los precios sobre los productos y servicios ofrecidos a los clientes?

13. ¿Cuál es la capacidad máxima de turistas en el establecimiento?
14. ¿En qué fechas o que días obtiene mayor afluencia de turistas?
15. ¿Qué fechas o qué días son de menor afluencia de turistas?
16. ¿Cuál es el porcentaje de ocupación del establecimiento en temporada alta y baja?
17. ¿Cuántos turistas recibe mensual o anualmente en su establecimiento?
18. ¿Cuál cree usted que es su diferencia con la competencia?
19. ¿Cuánto tiempo tardo la construcción del sitio?
20. ¿Cuánto fue la inversión hecha en la construcción del negocio?
21. ¿En cuánto tiempo logro tener un posicionamiento en el mercado?
22. ¿Con cuanto personal consta para el correcto funcionamiento del negocio?
23. ¿Cuánto personal administrativo, seguridad y limpieza tiene a disposición en un día normal de trabajo?
24. ¿Cuáles han sido sus mayores dificultades durante este año 2022?
25. En el año 2022 ¿El personal administrativo ha recibido capacitaciones de atención a clientes?
26. Su negocio ¿Cuenta con una licencia sobre Impactos Ambientales?
27. ¿Alguna vez ha tenido problemas legales por el uso del agua?
28. ¿Cuál es la cantidad en litros de agua utiliza en las piscinas en un día normal de trabajo?
29. ¿Cada cuánto tiempo realiza el mantenimiento o cambio de agua de sus instalaciones en las zonas húmedas?
30. ¿Cuál es su horario de funcionamiento?
31. ¿Por qué cree que los clientes prefieren consumir su productos y servicios?
32. ¿Utiliza algún medio de comunicación para contactarse con los clientes?
¿Cuáles son?
33. ¿Cuáles son las redes que utiliza para promocionar el establecimiento?
34. ¿Qué opiniones positivas y negativas le han dado sus clientes sobre su establecimiento?

Anexo 4 Certificado de aprobación de Abstract por el departamento del CAI



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
Acreditada Resolución Nro. 173-SE-33-CAGES-2020
EMPRESA PÚBLICA "LA UEMEPRENDE E.P."




ABSTRACT

The Buena Ventura Water Park is located in the Imbaya Parish, Antonio Ante Canton, Imbabura Province. This tourist establishment is formed by five people who make a society by simplified actions, where recreational activities of aquatic interaction are appreciated as main product, swimming pools, surf simulator, slow river, simple and extreme slides, water mirror for children, besides having other activities such as: SPA, green spaces, board games, sauna, Turkish, food outlets, sale of clothing items. For the research, tools such as surveys and interviews were used to collect data to know the tastes and preferences of tourists as well as the direct and indirect competition. The Water Park is aimed at nationals and foreigners, whether they are children, youth, adults and seniors. In order to comply with the development of the enterprise, an organizational and administrative area was established and administrative area where the mission, vision, values, policies, corporate image, company brand, advertising, marketing, distribution channels were established, which will be achieved thanks to the help of all the collaborators and partners of the business. For the development of the project an economic and financial study was carried out where it was demonstrated that an investment of \$1,114,620 is necessary; it will have an annual accumulated flow of \$194,861.97 during its operation stage after having subtracted the respective outgoings to be paid; it is expected to have a good reception by the tourists since a good capital has been being injected in marketing and advertising issues, having a reception of 5,000 tourists per month, this with an increase of 5.47% per consecutive year. Finally, the NPV was considered with an economic data of \$516,937.63, thus recovering the investment value and reaching the break-even point in the sixth year of operation, besides having an IRR of 16.47%, exceeding the cost of capital with 7.92%, thus demonstrating the profitability and financial feasibility of the project.

Keywords: aquatic park, entrepreneurship, aquatic interaction, recreation, project.

Reviewed by:
MSc. Luis Paspuezán Soto
CAPACITADOR-CAI
Agosto 10, 2023

Anexo 5 Reporte de Similitud Turniti

	Identificación de reporte de similitud. oid:21463:262925777
NOMBRE DEL TRABAJO PARQUE ACUÁTICO-TESIS.docx	AUTOR XAVIER RAYO
RECuento DE PALABRAS 33930 Words	RECuento DE CARACTERES 181213 Characters
RECuento DE PÁGINAS 226 Pages	TAMAÑO DEL ARCHIVO 30.9MB
FECHA DE ENTREGA Sep 13, 2023 3:27 PM GMT-5	FECHA DEL INFORME Sep 13, 2023 3:34 PM GMT-5
<p>● 7% de similitud general El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos</p> <ul style="list-style-type: none">• 7% Base de datos de Internet• Base de datos de Crossref• 3% Base de datos de trabajos entregados• 1% Base de datos de publicaciones• Base de datos de contenido publicado de Crossref	
<p>● Excluir del Reporte de Similitud</p> <ul style="list-style-type: none">• Material bibliográfico• Material citado• Material citado• Material citado• Coincidencia baja (menos de 16 palabras)	