



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
INDOAMÉRICA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA:**

---

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
LOS SERVICIOS DE UN PARQUE ACUÁTICO EN LA PARROQUIA DE  
CALDERÓN.**

---

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de  
Empresas y Negocios

**Autor**

Encalada Benítez David Alberto

**Tutor**

Ing. Palacio Fierro Andrés Alejandro

QUITO – ECUADOR

2022

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA  
DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, David Alberto Encalada Benitez, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE UN PARQUE ACUÁTICO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN”, como requisito para optar al grado de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito a los 31 días del mes de marzo de 2022, firmo conforme:

Autor: David Alberto Encalada Benitez

Firma: .....

Número de Cédula: 172079722-2

Dirección: Pichincha, Quito, San Juan, Barrio El Rosal.

Correo Electrónico: dencalada88@hotmail.com

Teléfono: 0962635037

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE UN PARQUE ACUÁTICO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN” presentado por David Alberto Encalada Benitez para optar por el Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios.

### **CERTIFICO**

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 31 de marzo de 2022

.....  
Ing. Palacio Fierro Andrés Alejandro

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 31 de marzo de 2022

.....  
David Alberto Encalada Benítez  
172079722-2

## **APROBACIÓN TRIBUNAL**

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE UN PARQUE ACUÁTICO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, .... de ,,..... de 2022

.....

Ing. María Fernanda Becerra Msc.  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....

Econ. Mercedes Galárraga Carvajal MBA  
VOCAL

.....

Econ. Víctor Hugo Villacrés  
VOCAL

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico a Dios Todopoderoso, a mi amada esposa por ser mi apoyo y motivación durante este período de mi vida, por amarme y estar junto a mi incondicionalmente; a mis queridos hijos quienes iluminan día a día mi vida; y, por último, pero con igual importancia, a mis padres, quienes con esfuerzo y sacrificio han caminado junto a mi toda su vida.

El Autor

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios Todopoderoso por darme la vida, por su amor infinito, por cada momento bueno y por cada momento malo, ya que cada uno de ellos brindan conocimientos y generan experiencia, a toda mi familia y especialmente a mi compañera de vida, quien me motiva cada día para ser un mejor esposo, padre, hijo y hermano, además, le pido a Dios que nos permita pasar juntos el resto de nuestras vidas, a los docentes de la Universidad Tecnológica Indoamérica quienes han compartido sus conocimientos durante todo este tiempo.

Gracias

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN .....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR .....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvii
EXECUTIVE SUMMARY (ABSTRACT).....	xviii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I .....	2
1. Mercado y Comercialización .....	2
1.1. Objetivo del Capítulo .....	2
1.2. Antecedentes investigativos del servicio.....	2
1.2.1. <i>Fundamentación del Servicio</i> .....	2
1.2.2. <i>Tabla de características del servicio</i> .....	3
1.3. Definición del mercado .....	6
1.3.1. <i>Público objetivo del servicio</i> .....	6
1.3.1.1. Categorización de sujetos.....	6
1.3.1.2. Estudio de Segmentación. ....	7
1.3.1.3. Plan de Muestreo.....	9
1.3.1.4. Instrumentos para recopilar información. ....	10
1.3.1.5. Diseño y recolección de información.....	10
1.3.1.6. Análisis e interpretación de datos.....	12

1.3.2.	<i>Demanda Potencial</i> .....	19
1.4.	Análisis del Macro y Micro Ambiente.....	21
1.4.1.	<i>Análisis del Micro Ambiente</i> .....	21
1.4.1.1.	Poder de negociación de los proveedores. ....	21
1.4.1.2.	Poder de Negociación de los Clientes. ....	22
1.4.1.3.	Amenaza de nuevos competidores. ....	22
1.4.1.4.	Amenaza de Sustitutos. ....	23
1.4.1.5.	Rivalidad Entre los Competidores Existentes. ....	23
1.4.2.	<i>Análisis del Macro Ambiente</i> .....	24
1.4.3.	<i>Proyección de la Oferta</i> .....	24
1.5.	Demanda Potencial Insatisfecha.....	25
1.6.	Diseño de Marca (Branding).....	26
1.6.1.	<i>Nombre de la Marca</i> .....	26
1.6.2.	<i>Logotipo</i> .....	26
1.6.3.	<i>Eslogan</i> .....	26
1.6.4.	<i>Percepción y Posicionamiento</i> .....	27
1.6.5.	<i>Diferenciación</i> .....	27
1.7.	Estrategias de marketing.....	27
1.7.1.	<i>Precio</i> .....	27
1.7.2.	<i>Producto</i> .....	27
1.7.3.	<i>Plaza</i> .....	28
1.7.4.	<i>Promoción</i> .....	28
1.8.	Publicidad que se Realizará.....	28
1.9.	Canales de Distribución.....	29
1.10.	Seguimiento de Clientes.....	29
1.11.	Especificar mercados alternativos.....	30
CAPÍTULO II.....		31
2.	Operaciones.....	31
2.1.	Objetivo del Capítulo.....	31
2.2.	Descripción del Proceso.....	31
2.2.1.	<i>Descripción de Proceso de Transformación del Servicio</i> .....	31
2.2.1.1.	Mapa de Procesos.....	31

2.2.1.2. Gestión de Prestación del Servicio.....	33
2.3. Descripción de Instalaciones, Equipos y Personas .....	33
2.3.1. Ubicación Geográfica de la Empresa.....	33
2.3.2. Descripción de Instalaciones.....	34
2.3.3. Tecnología a Aplicar .....	36
2.3.4. Factores que afectan las operaciones .....	36
2.4. Capacidad de Prestación del Servicio .....	37
2.4.1. Capacidad de Prestación del Servicio Futura.....	38
2.5. Definición de Recursos Necesarios para la Producción.....	39
2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar .....	39
2.6. Calidad .....	40
2.6.1. Método de Control de Calidad .....	40
2.7. Normativa y Permisos que afectan la instalación del negocio .....	41
2.7.1. Ley Orgánica de Recursos Hídricos, Usos y Aprovechamiento del Agua .....	41
2.7.2. Ley Orgánica de Salud .....	41
2.7.3. Decreto Ejecutivo No. 2393 - Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo.....	42
CAPÍTULO III.....	46
3. Organización y Gestión .....	46
3.1. Objetivo del capítulo .....	46
3.2. Análisis Estratégico y Definición de Objetivos .....	46
3.2.1. Visión de la Empresa .....	46
3.2.2. Misión de la Empresa .....	46
3.2.3. Objetivos y estrategias.....	47
3.3. Organización Funcional de la Empresa.....	51
3.3.1. Organización Interna.....	51
3.3.2. Descripción de puestos. ....	52
3.4. Control de Gestión .....	63
3.4.1. Indicadores de gestión.....	63
3.5. Necesidades De Personal .....	64

CAPÍTULO IV .....	66
4. Jurídico Legal .....	66
4.1. Objetivos del capítulo.....	66
4.2. Determinación de la forma jurídica.....	66
4.3. Constitución en la Superintendencia de Compañías .....	66
4.4. Servicio de Rentas Internas .....	67
4.5. GAD del Distrito Metropolitano de Quito .....	68
4.6. Proceso para Registro en el IESS nuevo empleador .....	69
4.7. Proceso de registro de dependientes por parte del empleador En el IESS ...	70
4.8. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales .....	70
4.8.1. <i>Licencia ambiental</i> .....	70
4.8.2. <i>Licencia Única de Actividades Económicas</i> .....	71
4.8.3. <i>Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCOSA)</i> .....	72
4.8.4. <i>Registro Turístico en Quito Turismo</i> .....	73
4.8.5. <i>Registro de Marcas de Productos y Servicios único para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras</i> .....	73
4.8.6. <i>Constitución Fideicomiso de Garantía “WATER WORLD” Aqua Park</i> .....	74
CAPITULO V .....	75
5. Evaluación Financiera.....	75
5.1. Objetivos del capítulo.....	75
5.2. Plan de inversiones.....	75
5.3. Cálculo de Costos y Gastos .....	77
5.3.1. <i>Mano de Obra</i> .....	77
5.3.2. <i>Depreciación</i> .....	81
5.3.3. <i>Proyección de la depreciación</i> .....	82
5.3.4. <i>Detalle de Costos</i> .....	83
5.3.5. <i>Proyección de Costos</i> .....	84
5.3.6. <i>Detalle de Gastos</i> .....	86
5.3.7. <i>Proyección Gastos</i> .....	87
5.4. Plan de Financiamiento .....	89

5.4.1. <i>Forma de financiamiento</i> .....	89
5.5. Cálculo de Ingresos .....	93
5.5.1. <i>Proyección de Ingresos</i> .....	96
5.6. Punto de equilibrio .....	96
5.7. Estado de Resultados Proyectado.....	99
5.8. Flujo de Caja .....	100
5.9. Evaluación financiera.....	102
5.9.1. <i>Indicadores</i> .....	102
5.9.1.1. Valor Actual Neto (VAN).....	102
5.9.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR). .....	104
5.9.1.3. Beneficio Costo.....	105
5.9.1.4. Período de Recuperación.....	105
CONCLUSIONES .....	108
RECOMENDACIONES.....	110
BIBLIOGRAFÍA .....	111
ANEXOS .....	114
Anexo I. Encuesta .....	114

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Producto y Servicios “Water World” Aqua Park.....	3
<b>Tabla 2</b> Especificación instalaciones “Water World” Aqua Park.....	4
<b>Tabla 3</b> Categorización de sujetos .....	6
<b>Tabla 4</b> Dimensión Conductual .....	7
<b>Tabla 5</b> Dimensión Geográfica .....	7
<b>Tabla 6</b> Dimensión Geográfica - Población de Quito por Parroquia 2010 .....	8
<b>Tabla 7</b> Dimensión Geográfica - Proyección de la población .....	8
<b>Tabla 8</b> Dimensión Demográfica .....	8
<b>Tabla 9</b> Cuadro de Necesidades .....	10
<b>Tabla 10</b> Pregunta 1 .....	12
<b>Tabla 11</b> Pregunta 2 .....	13
<b>Tabla 12</b> Pregunta 3 .....	13
<b>Tabla 13</b> Pregunta 4 .....	14
<b>Tabla 14</b> Pregunta 5 .....	15
<b>Tabla 15</b> Pregunta 6 .....	16
<b>Tabla 16</b> Pregunta 7 .....	16
<b>Tabla 17</b> Pregunta 8 .....	17
<b>Tabla 18</b> Pregunta 9 .....	18
<b>Tabla 19</b> Pregunta 10 .....	19
<b>Tabla 20</b> Proyección de la Demanda .....	21
<b>Tabla 21</b> Matriz PESTEL.....	24
<b>Tabla 22</b> Proyección de la Oferta.....	25
<b>Tabla 23</b> Demanda Potencial Insatisfecha .....	25
<b>Tabla 24</b> Cronograma de Publicidad.....	29
<b>Tabla 25</b> Descripción de instalaciones.....	34
<b>Tabla 26</b> Tecnologías a aplicar .....	36
<b>Tabla 27</b> Capacidad de Prestación del Servicio Futura .....	38

<b>Tabla 28</b> Capacidad de Prestación del Servicio Futura (diaria).....	39
<b>Tabla 29</b> Matriz FODA.....	47
<b>Tabla 30</b> Matriz EFI.....	48
<b>Tabla 31</b> Matriz EFE.....	49
<b>Tabla 32</b> Matriz Objetivos Estratégicos.....	50
<b>Tabla 33</b> Descripción de puestos – Gerente General .....	53
<b>Tabla 34</b> Descripción de puestos – Jefe de Operaciones .....	54
<b>Tabla 35</b> Descripción de puestos – Jefe Administrativo / Financiero .....	55
<b>Tabla 36</b> Descripción de puestos – Analista de Marketing.....	56
<b>Tabla 37</b> Descripción de puestos – Contador .....	57
<b>Tabla 38</b> Descripción de puestos – Analista de Talento Humano .....	58
<b>Tabla 39</b> Descripción de puestos – Limpieza .....	59
<b>Tabla 40</b> Descripción de puestos – Operador .....	60
<b>Tabla 41</b> Descripción de puestos – Salvavidas .....	61
<b>Tabla 42</b> Descripción de puestos – Asistente Contable / Cajero .....	62
<b>Tabla 43</b> Indicadores de Gestión.....	63
<b>Tabla 44</b> Necesidad de Personal .....	64
<b>Tabla 45</b> Requisitos para obtención del RUC.....	68
<b>Tabla 46</b> Plan de Inversión .....	76
<b>Tabla 47</b> Nómina de Personal – Mano de Obra.....	78
<b>Tabla 48</b> Provisiones Beneficios de Ley del primer año .....	79
<b>Tabla 49</b> Provisiones Beneficios de Ley del segundo del quinto año.....	80
<b>Tabla 50</b> Depreciación de activos fijos.....	81
<b>Tabla 51</b> Proyección de la Depreciación .....	82
<b>Tabla 52</b> Detalle de Costos .....	83
<b>Tabla 53</b> Tasa promedio de Inflación .....	85
<b>Tabla 54</b> Proyección de costos.....	85
<b>Tabla 55</b> Detalle de gastos .....	86
<b>Tabla 56</b> Proyección de gastos.....	88

<b>Tabla 57</b> Plan de financiamiento.....	89
<b>Tabla 58</b> Aportes accionistas .....	90
<b>Tabla 59</b> Detalle del préstamo .....	91
<b>Tabla 60</b> Tabla de Amortización.....	91
<b>Tabla 61</b> Cálculo del costo del servicio .....	93
<b>Tabla 62</b> Cantidad de Personas, clientes o consumidores por año .....	95
<b>Tabla 63</b> Cálculo precio de venta.....	95
<b>Tabla 64</b> Proyección de ingresos .....	96
<b>Tabla 65</b> Estado de Resultados Proyectado .....	99
<b>Tabla 66</b> Flujo de Caja.....	101
<b>Tabla 67</b> Cálculo TMAR .....	103
<b>Tabla 68</b> Cálculo VAI / VAC .....	105
<b>Tabla 69</b> Cálculo periodo de recuperación .....	106

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Pregunta 1.....	12
<b>Figura 2</b> Pregunta 2.....	13
<b>Figura 3</b> Pregunta 3.....	14
<b>Figura 4</b> Pregunta 4.....	14
<b>Figura 5</b> Pregunta 5.....	15
<b>Figura 6</b> Pregunta 6.....	16
<b>Figura 7</b> Pregunta 7.....	17
<b>Figura 8</b> Pregunta 8.....	17
<b>Figura 9</b> Pregunta 9.....	18
<b>Figura 10</b> Pregunta 10.....	19
<b>Figura 11</b> Logotipo .....	26
<b>Figura 12</b> Mapa de Procesos.....	32
<b>Figura 13</b> Diagrama de flujo del proceso de prestación del servicio.....	32
<b>Figura 14</b> Ubicación geográfica de la empresa.....	34
<b>Figura 15</b> Diseño de las instalaciones.....	35
<b>Figura 16</b> Modelo de Encuesta de Satisfacción.....	40
<b>Figura 17</b> Organigrama Estructural .....	51
<b>Figura 18</b> Organigrama Funcional.....	52
<b>Figura 19</b> Punto de Equilibrio.....	98

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
DE LOS SERVICIOS DE UN PARQUE ACUÁTICO EN LA PARROQUIA DE  
CALDERÓN**

**AUTOR:** David Alberto Encalada Benítez

**TUTOR:** Ing. Palacio Fierro Andrés Alejandro

**RESUMEN EJECUTIVO**

En el sector norte de la ciudad de Quito, específicamente en la parroquia de Calderón, hay una evidente escasez de servicios de esparcimiento, diversión y recreación, ya que únicamente existen áreas verdes como parques y jardines; así como, pequeñas piscinas cubiertas, consideradas como fuentes de entretenimiento convencionales, a los cuales la población de la mencionada parroquia y de la capital acude con el fin de proporcionarse un tiempo de diversión. Considerando esta problemática surge la idea de crear la empresa “WATER WORLD” Aqua Park, que comercializará servicios innovadores enfocados en la diversión acuática extrema, ya que este contará con toboganes gigantes, piscina de olas artificiales, además de brindar servicios de sauna, turco e hidromasaje. Se aplicó un estudio de mercado en la parroquia de Calderón de la ciudad de Quito, dirigido a personas de entre 12 a 65 años, obteniendo como resultado una aceptación del 73% que será considerado como mercado objetivo, también, se procedió a definir las estrategias de marketing. Se definió el proceso de prestación del servicio, así como se estableció la misión y visión de la empresa para de esta manera a construir los objetivos estratégicos de la organización, identificando la necesidad del personal. La constitución de la compañía estará bajo la figura S.A.S.; y, para finalizar, se evidencia la factibilidad económica del presente proyecto, ya que los indicadores financieros arrojan resultados positivos, el VAN es de USD \$ 36.014,41, y el período de recuperación de la inversión es de 3 años 10 meses y 24 días, considerando una inversión inicial de USD \$ 405.295,25.

**DESCRIPTORES:** diversión, entretenimiento e innovación

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TOPIC: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION AND  
COMMERCIALIZATION OF THE SERVICES OF A WATER PARK IN THE  
PARISH OF CALDERÓN**

**AUTHOR:** David Alberto Encalada Benítez

**TUTOR:** Ing. Palacio Fierro Andrés Alejandro

**EXECUTIVE SUMMARY (ABSTRACT)**

In the northern of Quito city, specifically in Calderón, there is an evident shortage of leisure, fun and recreation services since there are only green areas such as parks and gardens; as well as small indoor pools, considered as conventional sources of entertainment, to which the population of the parish and the capital goes to provide themselves with a time of fun. Regarding this problem arises the idea of creating the company "WATER WORLD" Aqua Park, which will market innovative services focused on extreme water fun, since this will have giant slides artificial wave pool, in addition to providing sauna, Turkish and hydromassage services. A market study was applied in Calderón, aimed at people between 12 and 65 years old, obtaining; as a result, an acceptance of 73% that will be considered as a target market, also, we proceeded to define the marketing strategies. The service delivery process was described, as well as the mission and vision of the company were established to build the organisation's strategic objectives and identify the personnel's needs. The constitution of the company will be under the figure S.A.S.; and, finally, the economic feasibility of this project is evident since the financial indicators show positive results, the N.P.V. is USD 36,014.41, and the return period of the investment is three years ten months and 24 days, considering an initial investment of USD 405,295.25.

**KEYWORDS:** fun, entertainment, and innovation

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, plan de negocios, tiene como propósito realizar un estudio para la creación y comercialización de los servicios de un parque acuático en la parroquia Calderón del Distrito Metropolitano de Quito. Debido a ser una idea innovadora, se genera una oportunidad de mitigar la evidente escasez, que tiene la población de la citada parroquia, de servicios de entretenimiento, recreación y diversión enfocada en diversión extrema. Además, tiene todas las pautas necesarias para generar impulso económico y social dentro del sector y de la capital, el plan de negocio se desarrollará de acuerdo a la siguiente estructura:

En el capítulo I, se trabajará respecto al marketing, donde se definirá el servicio y mercado, mediante el uso de la investigación de campo y recolección de información.

En el capítulo II se tratará en lo correspondiente a las operaciones; es decir, la descripción del proceso de prestación del servicio, capacidad de prestación del servicio, recursos, materia prima, calidad, entre otros.

En el capítulo III se abarcará temas de tipo administrativo, misión, visión, análisis estratégico, objetivos, evaluación de factores internos y externos.

En el capítulo IV se procederá a identificar lo que involucra al área legal y jurídica para la constitución de la empresa y determinar los requisitos necesarios para la funcionalidad la misma.

En el capítulo V se especificará toda la información financiera correspondiente al plan de inversión, financiamiento, costos, gastos, flujos de caja, punto de equilibrio e indicadores financieros para evaluar la situación.

Para finalizar se presentará las conclusiones y recomendaciones del plan de negocios, bibliografía y anexos correspondientes.

## **CAPITULO I**

### **1. Mercado y Comercialización**

#### **1.1. Objetivo del Capítulo**

Establecer el mercado objetivo así como identificar la demanda potencial insatisfecha, respecto de la población a la cual se busca presentar y comercializar los servicios de un parque acuático en la parroquia Calderón del Distrito metropolitano de Quito.

Objetivos específicos:

- Analizar el entorno del servicio a comercializar.
- Identificar el mercado objetivo y los sujetos.
- Establecer la demanda y oferta del servicio.

#### **1.2. Antecedentes investigativos del servicio**

##### ***1.2.1. Fundamentación del Servicio***

Un parque acuático posee la característica diferenciadora de enmarcarse en el disfrute del tiempo libre y del ocio, directamente en contacto con la naturaleza, y con una serie de actividades pensadas siempre en que el cliente tenga libertad de elegir cada una de ellas en el momento que lo desee, siempre tomando en cuenta su estado de ánimo y condiciones físicas (Arango & Montoya , 2018).

Es así que, lo fundamental dentro del parque acuático se centra en la libertad de decisión que tienen los clientes para decidir sobre las actividades que desean desarrollar cada uno de ellos. De manera adicional el parque acuático presenta el punto de partida a juegos extremos con toboganes y mega toboganes para una diversión intensa, que no dispone ningún otro centro o complejo turístico en la ciudad. Asimismo, esta gran libertad de elección que tiene el visitante de un parque acuático es la que permite que todos los miembros de una familia disfruten por igual, desde el más joven hasta el anciano, pues todos ellos encuentran actividades acordes a su condición. La idea fundamental que perseguimos en el diseño de un parque es la de armonizar los elementos naturales (sol, agua, plantas, espacio, etc.) con una serie de elementos creados artificialmente (piscinas, toboganes, etc.) de manera que en conjunto se forme una unidad estéticamente agradable, y donde cada usuario pueda desarrollar su fantasía con total seguridad (Peñalosa , 2019).

Los principales productos que la empresa ofrecerá a los clientes son: 3 piscinas de agua temperada, 1 piscina de olas artificiales, 1 mega tobogán extremo, 2 toboganes gigantes, 2 toboganes medianos, piscina polar, juegos acuáticos infantiles, sauna, turno, hidromasaje, 2 restaurantes, distribuidos entre comidas rápidas y comida saludable, parqueadero.

### ***1.2.2. Tabla de características del servicio***

En la siguiente tabla se presentan las características principales de los productos y servicios que ofrece “WATER WORLD” para la comodidad y bienestar de sus clientes.

**Tabla 1**

*Producto y Servicios “Water World” Aqua Park*

<b>DETALLE</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>
<b>Nombre del producto</b>	“WATER WORLD” Aqua Park
<b>Servicio básico</b>	Distracción, entretenimiento y diversión extrema
<b>Servicio aumentado</b>	Servicio de piscinas, toboganes, mega tobogán, sauna, turco, hidromasaje, acuario.

<b>Beneficios para el cliente</b>	Momentos de distracción y entretenimiento para las familias locales, nacionales y extranjeras, así como una experiencia basada en diversión acuática extrema.
<b>Especificaciones</b>	Entretenimiento familiar y diversión extrema

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Tabla 2**

*Especificación instalaciones “Water World” Aqua Park*

<b>Producto o servicio</b>	<b>Características</b>
<b>2 piscinas de agua temperada</b>	Largo: 20 m. Ancho: 10 m. Número de carriles: 8 carriles de 1,25 m cada uno. Profundidad: 2 m
<b>1 piscina de olas artificiales</b>	Largo: 15 m. Ancho: 8 m. Profundidad: 1,5 m Sobre la cual se forman olas artificialmente mediante máquinas especiales situadas junto a la piscina, en una sala especial. La atracción en la piscina de olas consiste en jugar con ellas, nadando directamente o bien sobre unas colchonetas que se facilitan para tal efecto.
<b>1 mega tobogán</b>	Fabricado en poliéster perfectamente pulido, sujeto por estructuras metálicas, consigue una gran variedad de emociones y sensaciones extremas para los usuarios. (Con un tamaño aproximado de 30 m de largo).
<b>2 toboganes gigantes</b>	Fabricados en poliéster perfectamente pulido, sujetos por estructuras metálicas; las distintas secciones de los toboganes, sus trazados y pendientes, consiguen una gran variedad de emociones y sensaciones para los usuarios. (Con un tamaño aproximado de 15 m de largo).
<b>2 toboganes medianos</b>	Fabricados en poliéster perfectamente pulido, sujetos por estructuras metálicas; las distintas secciones de los toboganes, sus trazados y pendientes, consiguen una gran variedad de emociones y sensaciones para los usuarios. (Con un tamaño aproximado de 8 metros de largo).

<b>Piscina polar</b>	<p>Largo: 3 m.  Ancho: 8 m.  El agua dentro de la piscina polar se encuentra a una temperatura de 6 grados centígrados, utilizada para relación muscular y eliminación de estrés.</p>
<b>Juegos acuáticos infantiles</b>	<p>Juegos para niños de hasta 15 años de edad, los cuales se enfocan a brindar entretenimiento y diversión, estos cuenta con temáticas llamativas.</p>
<b>Sauna</b>	<p>Largo: 4 m.  Ancho: 3 m.  Se obtiene estimulación en la circulación de la sangre, al acelerar el ritmo de su corazón para llevar más sangre a la piel con el fin de enfriarla. Además, la produce una sudoración que excreta los desechos y limpia de la piel (también se eliminan componentes beneficiosos que deben ser repuestos después de la sesión de sauna), se alivia el dolor corporal y de la artritis, mediante la aplicación del calor.</p>
<b>Turno</b>	<p>Largo: 4 m.  Ancho: 3 m.  El vapor de agua consigue estimular el sistema nervioso, favoreciendo la circulación y la relajación. El baño turco también es perfecto para recuperarse de los grandes esfuerzos. Pues, al tomarlo, se consigue que el sistema cardiorrespiratorio aumente su capacidad de intercambio de oxígeno.</p>
<b>Hidromasaje</b>	<p>Largo: 4 m.  Ancho: 4 m.  Calma la tensión muscular. Mejora la circulación sanguínea. El agua caliente elimina toxinas, ya que los poros se abren. Brinda elasticidad a la piel.</p>
<b>2 restaurantes</b>	<p>Cada uno constar de:  Largo: 10 m.  Ancho: 4 m.  Instalaciones creadas con el fin ofrecer alimentos, mediante el otorgamiento de su administración a terceras personas, por lo que se percibirá un canon de arrendamiento mensual.</p>

*Nota: Elaborado por el autor.*

### 1.3. Definición del mercado

Para el autor (Mankiw, 2004) en el libro Principios de Economía, expresa que un mercado es “un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta” (p.41). En otras palabras, son las personas o grupos de personas quienes van a adquirir los servicios o productos que satisfagan sus necesidades.

#### 1.3.1. Público objetivo del servicio

El mercado al que se dirige los servicios del parque acuático se ha elegido como mercado meta la parroquia de Calderón, que al situarse en el norte de la capital del país se espera la atracción del turismo local, nacional e internacional; enfocado a jefes de familia y personas con poder adquisitivo de clase media baja, media y media alta, que gusten de acudir a centros de entretenimiento originales e innovadores.

##### 1.3.1.1. Categorización de sujetos.

Tabla 3

Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Empresas (presidentes, gerentes generales, para agasajos a empleados). Personas de entre 12 a 65 años que buscan pasar por un momento de esparcimiento, recreación, diversión e intensidad. Familia (Buscan un centro de esparcimiento original e innovador)
¿Quién usa?	Personas de entre 12 a 65 años que buscan pasar por un momento de esparcimiento, recreación, diversión e intensidad. Niños, jóvenes y adultos. Familias
¿Quién decide?	Presidentes, Gerentes Generales de Empresas que buscan un lugar para realizar agasajos a sus empleados. Jefes de familia (padres y/o madres) que buscan de lugares de esparcimiento, recreación y diversión. Personas que buscan de lugares de esparcimiento, recreación, diversión e intensidad.

<b>¿Qué influye?</b>	Presidentes, Gerentes Generales, Asociaciones de Empleados, Empleados. Jefes de familia (padres y/o madres) que buscan de lugares de esparcimiento, recreación y diversión. Personas que buscan de lugares de esparcimiento, recreación, diversión e intensidad.
----------------------	--

*Nota: Elaborado por el autor.*

### **1.3.1.2. Estudio de Segmentación.**

La población considerada como mercado meta son personas de entre 12 a 65 años, considerados dentro de los estratos medio bajo, medio y medio alto, de la ciudad de Quito, parroquia de Calderón, para poder focalizar de manera objetiva se procederá a determinar la clasificación del mercado meta mediante las dimensiones conductuales, geográficas y demográficas.

**Tabla 4**

*Dimensión Conductual*

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Tipo de necesidad</b>	Social y de pertenencia
<b>Tiempo de compra</b>	Comparación
<b>Relación con la marca</b>	No
<b>Actitud frente al producto</b>	Positiva

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Tabla 5**

*Dimensión Geográfica*

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>País</b>	Ecuador
<b>Región</b>	Sierra
<b>Ciudad</b>	Quito
<b>Parroquia Urbana</b>	Calderón
<b>Tamaño</b>	185.300 habitantes

*Nota: Elaborado por el autor. La información fue extraída del INEC (2010)*

**Tabla 6***Dimensión Geográfica - Población de Quito por Parroquia 2010*

<b>Parroquia</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
Calderón (Carapungo)	74,682	77,560	152,242

*Nota: Elaborado por el autor. La información fue extraída del INEC (2010)***Tabla 7***Dimensión Geográfica - Proyección de la población*

<b>Año</b>	<b>% Crecimiento Poblacional</b>	<b>Población (Habitantes)</b>
2010		152,242
2011	2.00%	155,281
2012	1.96%	158,330
2013	1.93%	161,380
2014	1.89%	164,428
2015	1.85%	167,472
2016	1.81%	170,502
2017	1.78%	173,538
2018	1.74%	176,557
2019	1.70%	179,565
2020	1.67%	182,561
<b>2021</b>	<b>1.52%</b>	<b>185,300</b>

*Nota: Elaborado por el autor. La información fue extraída del INEC (2010)***Tabla 8***Dimensión Demográfica*

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>POBLACIÓN</b>
<b>Sexo</b>	Hombres y Mujeres	185.300
<b>Edad</b>	12 a 65 años de edad. (65,97%)	122.242
<b>Socioeconómico</b>	Medio bajo, medio y medio alto (83,30%)	101.828

*Nota: Elaborado por el autor. La información fue extraída del INEC (2010)*

Es decir que el mercado meta este compuesto por un total de 101.828 personas de la parroquia de Calderón de la ciudad de Quito, correspondiente al estrato medio bajo, medio y medio alto, donde también se incluyen a jóvenes a partir de los 12 años, que dependen de sus padres o tutores.

### 1.3.1.3. Plan de Muestreo.

Para el presente estudio se determinará una muestra del total de la población mediante el cálculo correspondiente de acuerdo a la población finita, la cual es la que está compuesta por un número limitado de elementos **Fuente especificada no válida.** De igual forma se eligió que para la realización de la encuesta se utilizaran centros comerciales relevantes y medios virtuales como Google drive, para levantamiento de información.

Para obtener la muestra aplicaremos la formula correspondiente:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + N e^2}$$

n= TAMAÑO DE LA MUESTRA

Z= NIVEL DE CONFIANZA 95% = 1,96

P= PROBABILIDAD DE OCURRENCIA 50%

Q= PROBAB. DE NO OCURRENCIA 50%,

N= TAMAÑO POBLACIÓN O UNIVERSO

e= ERROR DE LA MUESTRA (5%)

Con los datos mencionados se reemplaza la formula obteniendo:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)(101.828)}{(1,96)^2 (0,5)(0,5) + (101.828 - 1)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{97.795,61}{255,53}$$

$$n = 382,72 = \mathbf{383}$$

La encuesta se realizará a 383 personas en la parroquia de Calderón de la ciudad de Quito. En la tabla que se desarrolla a continuación, se describe el cuadro de necesidades relacionadas al proyecto establecido.

#### 1.3.1.4. Instrumentos para recopilar información.

Necesidades

Objetivo específico 1

Desarrollar un estudio de mercado para conocer las preferencias de los consumidores al momento de elegir un lugar de entretenimiento, recreación o diversión.

**Tabla 9**

*Cuadro de Necesidades*

<b>NECESIDADES DE INFORMACIÓN</b>	<b>TIPO DE INFORMACIÓN</b>	<b>FUENTES</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Consumidor	Encuesta
Delimitar los precios que están dispuestos a pagar	Primaria	Análisis sectorial	Encuesta
Estudio de la demanda	Primaria	Proveedores	Base de datos
Aspectos que más valora al momento de elegir el lugar de entretenimiento	Primaria	Análisis sectorial	Encuesta
Costo de materiales	Secundaria	Proveedor	Proformas
Localización de la empresa	Primaria	Consumidor	Encuesta

*Nota: Elaborado por el autor.*

#### 1.3.1.5. Diseño y recolección de información.

Los instrumentos necesarios para la recolección de información primaria y secundaria son la aplicación de la encuesta, así como la información estadística como fuente principal

del INEC. (Malhotra, 2008) define a la encuesta como: “*Entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado*” (p.89).

Necesidad 1. – Las preferencias de los consumidores.

Para poder identificar las preferencias de los consumidores se utilizará como instrumento el cuestionario donde se detallarán las preguntas.

Necesidad 2. - Determinar los precios que están dispuestos a pagar

Se estableció una pregunta donde se presentan las opciones al consumidor con el fin de determinar el precio que podría ser beneficioso tanto para la empresa como para los posibles consumidores.

Necesidad 3. Estudio de la demanda

Esta será obtenida a través de la tendencia y frecuencia de visita al parque.

Necesidad 4. Aspectos que más valora al momento de acudir a un lugar de entretenimiento.

Se establece una pregunta con el fin de conocer las especificaciones.

Necesidad 5. Costo de materiales

Esta será desarrollada mediante presupuestos.

Necesidad 6. Localización de la empresa

Se establecen los lugares donde se disponen los recursos necesarios para el parque acuático.

### 1.3.1.6. Análisis e interpretación de datos.

La encuesta se realizó a 383 personas de la parroquia de Calderón de la ciudad de Quito, en el mes de agosto del año 2021, con el propósito de conocer las preferencias de las personas respecto del presente plan de negocios para la creación y comercialización de los servicios de un parque acuático en la parroquia Calderón.

**Tabla 10**

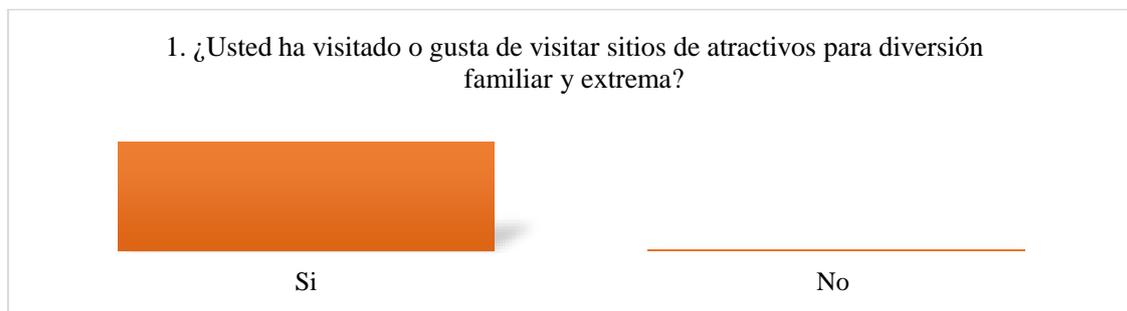
*Pregunta 1*

<b>1. ¿Usted ha visitado o gusta de visitar sitios de atractivos para diversión familiar y diversión extrema?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	381	99%
No	2	1%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Figura 1**

*Pregunta 1*



*Nota: Elaborado por el autor. Investigación de campo*

#### Análisis e interpretación

Se encontró que el 99% de los participantes consideran que han visitado o gusta de visitar sitios de atractivos para diversión familiar y extrema, lo cual expresa la aceptación al proyecto.

**Tabla 11**

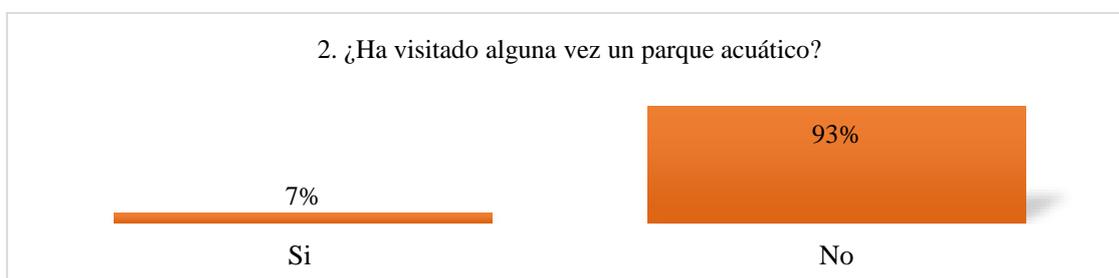
*Pregunta 2*

<b>2. ¿Ha visitado alguna vez un parque acuático?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	28	7%
No	355	93%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Figura 2**

*Pregunta 2*



*Nota: Elaborado por el autor. Investigación de campo*

### Análisis e interpretación

De los encuestados, se encontró que el 93% mencionaron que no han visitado alguna vez un parque acuático, mientras que el 7% considera que, si lo ha hecho, lo cual debe ser tomado como un punto a favor debido a que será una experiencia nueva.

**Tabla 12**

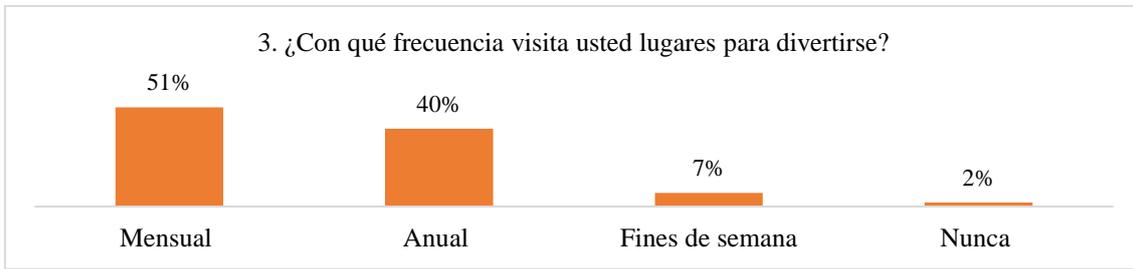
*Pregunta 3*

<b>3. ¿Con qué frecuencia visita usted lugares para divertirse?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Mensual	195	51%
Anual	153	40%
Fines de semana	28	7%
Nunca	7	2%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Figura 3**

Pregunta 3



Nota: Elaborado por el autor. Investigación de campo

### Análisis e interpretación

De los encuestados, se encontró que el 40% menciona que de forma anual es la frecuencia de visita a lugares para divertirse, el 33% lo hacen de forma mensual, el 26% cada fin de semana y el 2% no lo hace nunca, lo cual es un indicio para la aceptación del negocio.

**Tabla 13**

Pregunta 4

4. ¿Qué características son más importantes para usted al momento de visitar este tipo de lugares?	Frecuencia	Porcentaje
Precio	157	41%
Seguridad de estructuras	46	12%
Atención de calidad	157	41%
Diseño	23	6%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborado por el autor

**Figura 4**

Pregunta 4



Nota: Elaborado por el autor. Investigación de campo

## Análisis e interpretación

De los encuestados, se encontró que el 41% menciona que las características que son más importantes para usted al momento de visitar este tipo de lugares son la atención de calidad y el precio, el 12% considero que es la seguridad de estructuras y el 6% el diseño.

**Tabla 14**

*Pregunta 5*

<b>5. ¿Qué precio aproximadamente, pagaría por la entrada a un parque acuático?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
\$1 - \$5	4	1%
\$6 - \$10	298	78%
\$11 - \$15	63	17%
\$16 - \$25	15	4%
Más de \$25	3	1%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Figura 5**

*Pregunta 5*



*Nota: Elaborado por el autor. Investigación de campo*

## Análisis e interpretación

De los encuestados, se detectó que el 78% considera que el precio que pagaría aproximadamente por la entrada a un parque acuático es de 6 a 10 dólares, el 17% considera que es de 11 a 15 dólares, el 4% de 16 a 25 dólares y el 1% de 1 a 5 y de más de 25 dólares.

**Tabla 15**

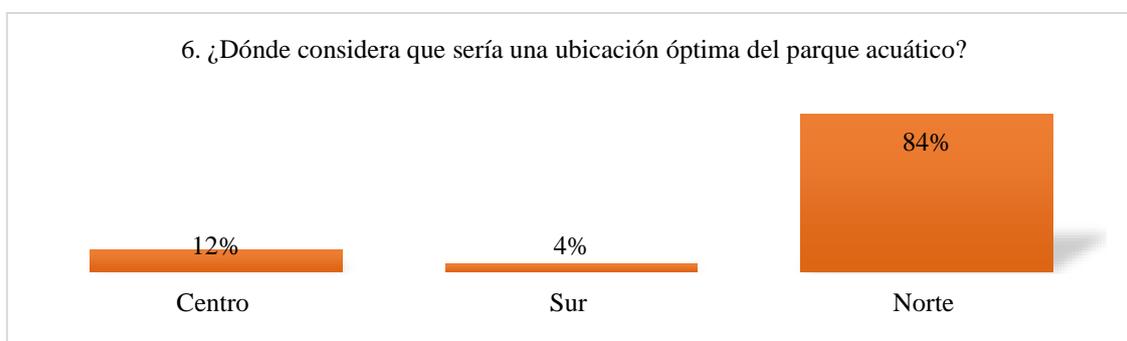
Pregunta 6

<b>6. ¿Dónde considera que sería una ubicación óptima del parque acuático?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Centro	45	12%
Sur	15	4%
Norte	323	84%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborado por el autor.

**Figura 6**

Pregunta 6



Nota: Elaborado por el autor. Investigación de campo

### Análisis e interpretación

De los encuestados, se detectó que el 84% considera que el Norte sería una ubicación óptima del parque acuático, el 4% considera que sería el Sur y el 12% considera que el Centro.

**Tabla 16**

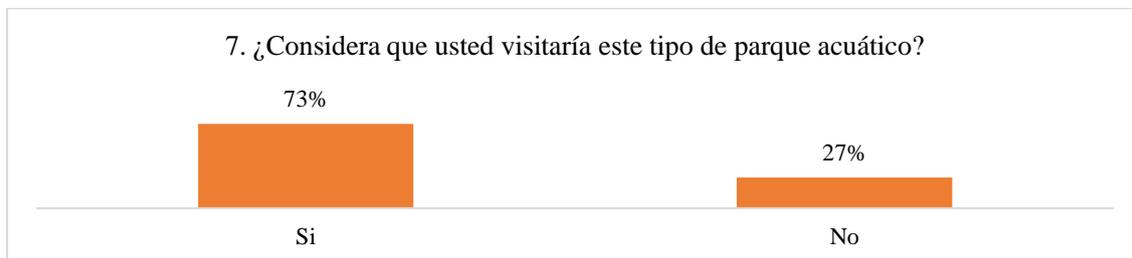
Pregunta 7

<b>7. ¿Considera que usted visitaría este tipo de parque acuático?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	281	73%
No	102	27%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborado por el autor.

**Figura 7**

Pregunta 7



Nota: Elaborado por el autor. Investigación de campo

### Análisis e interpretación

De los encuestados, se detectó que el 100% considera que visitaría este tipo de parque acuático, lo cual enfatiza el desarrollo del presente plan de negocios.

**Tabla 17**

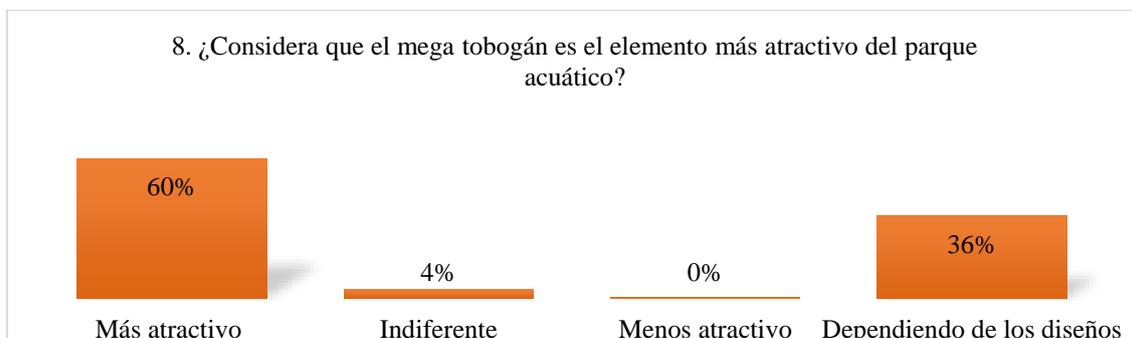
Pregunta 8

8. ¿Considera que el mega tobogán es el elemento más atractivo del parque acuático?	Frecuencia	Porcentaje
Más atractivo	229	60%
Indiferente	15	4%
Menos atractivo	1	0%
Dependiendo de los diseños	136	36%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborado por el autor.

**Figura 8**

Pregunta 8



Nota: Elaborado por el autor. Investigación de campo

## Análisis e interpretación

De los encuestados, se detectó que el 60% considera que el mega tobogán es el elemento más atractivo del parque acuático; el 36% considera que depende de los diseños y el 4% es indiferente a este, lo cual señala la aceptación del mismo.

**Tabla 18**

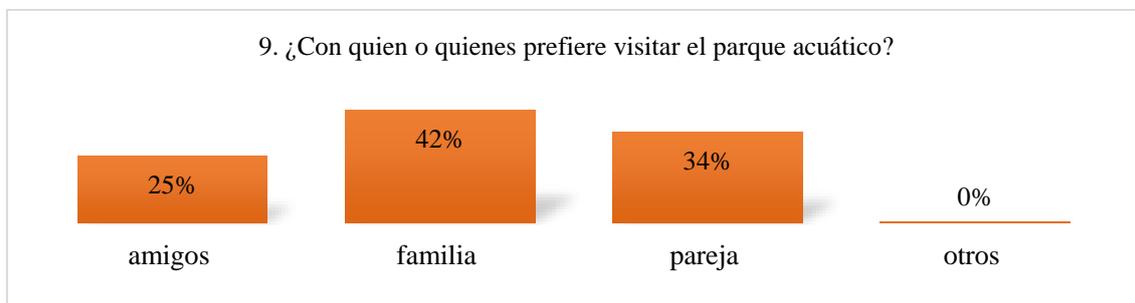
*Pregunta 9*

<b>9. ¿Con quién o quiénes prefiere visitar el parque acuático?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Amigos	95	25%
Familia	161	42%
Pareja	130	34%
Otros	1	0%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Figura 9**

*Pregunta 9*



*Nota: Elaborado por el autor. Investigación de campo*

## Análisis e interpretación

De los encuestados, se detectó que el 42% considera que con quien o quienes prefiere visitar el parque acuático es la familia, el 25% son los amigos y el 34% son pareja.

**Tabla 19**

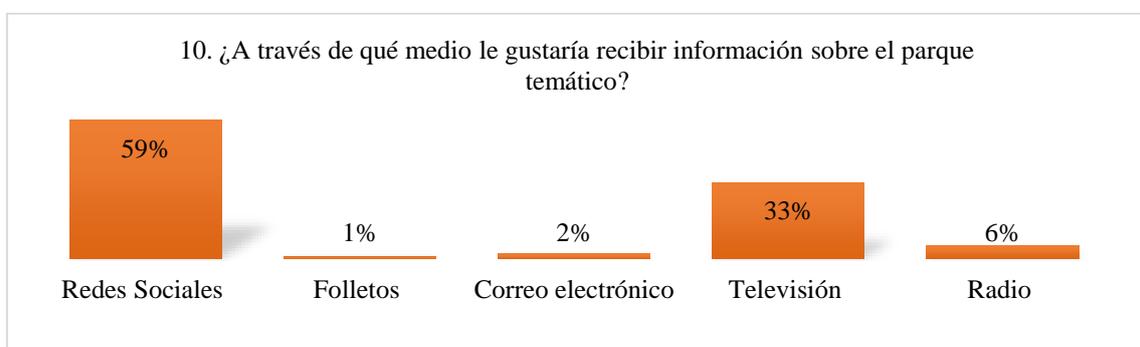
*Pregunta 10*

<b>10. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre el parque temático?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Redes Sociales	225	59%
Folletos	3	1%
Correo electrónico	7	2%
Televisión	126	33%
Radio	22	6%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Figura 10**

*Pregunta 10*



*Nota: Elaborado por el autor. Investigación de campo*

### Análisis e interpretación

De los encuestados, se detectó que el 59% considera que el medio por el que le gustaría recibir información sobre el parque temático es mediante redes sociales, el 33% es televisión, el 6% es radio, el 2% es correo electrónico y el 1% con la utilización de folletos, lo cual sirve para el momento de establecer las estrategias de comercialización y comunicación.

### 1.3.2. Demanda Potencial

La demanda se determina a través de los datos históricos que se obtienen por medio de la indagación de productos/servicios similares consumidos a los años anteriores, para de esta manera poder considerar dentro de los cinco años que nuestro producto/servicio

pueda llegar a ser una marca reconocida, así como sus beneficios, para esto también deben emplear estrategias de mercadeo.

Para poder establecer la demanda potencial, y en vista de no contar con datos históricos, se utilizará la información obtenida en la encuesta realizada, ya que en la pregunta No. 7 se establece una aceptación del 73% de los encuestados que visitarían el parque acuático.

El ciclo de vida es el periodo de tiempo de presencia de un producto en el mercado, desde que se lanza hasta que se ve superado por otros más nuevos o deja de interesar o estar “de moda” y desaparece. (Arbós, 2012)

En este sentido, considerando que la introducción en el mercado es la primera fase del ciclo de vida de un producto o servicio, se establece un 20% de aceptación en la población de la parroquia de Calderón, respecto de los servicios que comercializará el parque acuático.

Con el cálculo de la frecuencia de visita al parque acuático, obtenida en la pregunta No. 3; así como lo descrito en el párrafo que antecede, da como resultado 306.042 personas por año, sobre el cual se aplica la siguiente fórmula para obtener la demanda potencial:

$$D = ((p) * (\%f)) * 2$$

D = Demanda

p = Población

%f = Frecuencia de aceptación del servicio

$$D = (306.042 * 73\%) * 2$$

$$D = (223.411) * 2$$

$$D = 446.822$$

De igual manera, considerando que no existen datos históricos respecto del servicio que se propone, para proyectar la demanda a los siguientes 5 años se utilizará la tasa promedio de crecimiento poblacional 1,52% (información extraída desde la página web del INEC), utilizando la siguiente formula:

$$D_n = D_o (1 + r)^n$$

Dn = Demanda Proyectada

Do = Demanda Actual

r = Tasa de crecimiento poblacional (1,52%)

n = Años

**Tabla 20**

*Proyección de la Demanda*

<b>Año</b>	<b>Método de Cálculo</b>					<b>Demanda Anual Proyectada</b>
2022	D <sub>1</sub>	=	446.822	(1 + 1,52%) <sup>1</sup>	=	453.613
2023	D <sub>2</sub>	=	446.822	(1 + 1,52%) <sup>2</sup>	=	460.508
2024	D <sub>3</sub>	=	446.822	(1 + 1,52%) <sup>3</sup>	=	467.508
2025	D <sub>4</sub>	=	446.822	(1 + 1,52%) <sup>4</sup>	=	474.614
2026	D <sub>5</sub>	=	446.822	(1 + 1,52%) <sup>5</sup>	=	481.828

*Nota: Elaborado por el autor.*

## **1.4. Análisis del Macro y Micro Ambiente**

### **1.4.1. Análisis del Micro Ambiente**

#### **1.4.1.1. Poder de negociación de los proveedores.**

El poder de negociación con los proveedores se considera bajo. En primer lugar, se considera que son pocas empresas las que proveen el mobiliario para las instalaciones, no obstante, su demanda es baja tomando en cuenta que no se realizan compras de atracciones para parques acuáticos de diversiones a menudo en la ciudad; además, los

principales productos que la empresa utilizará para desarrollar su actividad principal es energía eléctrica y agua potable, los cuáles son considerados como servicios básicos y de acceso continuo a la población en general.

De igual manera, respecto de los servicios complementarios que se brindará, que son: restaurantes de comida rápida y comida saludable, los proveedores no tienen mucha influencia, ya que los productos que ofrecen pueden ser demandados por pocos compradores, debido a la gran cantidad de competencia que tiene el sector de alimentos; así también hay que considerar, que los precios de estos productos son regulados por el gobierno, por lo que no se puede establecer precios de manera particular por parte de los proveedores.

#### **1.4.1.2. Poder de Negociación de los Clientes.**

Considerando las características del negocio, se determina que la negociación se realizará con los potenciales clientes directamente, cancelando el servicio que prestará el parque acuático en el mismo momento, sea de contado o tarjetas de débito o crédito. En este punto, el poder de negociación de los clientes es bajo ya que no es común que los mismos pidan disminución o rebaja en el valor de la entrada al parque acuático. Además, considerando que el parque acuático ofrecerá un servicio único, diferenciado e innovador, la empresa tendrá un alto poder de negociación, ya que las necesidades de diversión extrema de los posibles consumidores no cubiertas por las empresas de servicios similares existentes, sobre todo teniendo en cuenta que las personas son cada vez más exigentes en relación con los servicios que adquieren.

#### **1.4.1.3. Amenaza de nuevos competidores.**

Se considera de impacto bajo, ya que no es común que las personas quieran participar en el mercado de diversión extrema con la creación y comercialización de los servicios de un parque acuático, esto debido a la alta inversión que se necesita para el efecto, no

solo para adquirir un terreno suficientemente amplio, sino también por la implementación de las instalaciones, compra de maquinarias, entre otros.

#### **1.4.1.4. Amenaza de Sustitutos.**

Existe un riesgo moderado en cuanto a servicios sustitutos. Es muy importante tener en cuenta que en Quito existen otras alternativas de diversión y esparcimiento, y que dadas ciertas circunstancias pueden ser preferidas por los consumidores en momentos específicos. La existencia de complejos recreacionales que prestan servicios similares (piscinas, sauna, turco, hidromasaje), influyen en la decisión de los posibles consumidores ya que estos centros son conocidos y posicionados en el mercado. Sin embargo, se considera riesgo moderado ya que las instalaciones innovadoras del parque acuático, es la fortaleza más importante que estimulará a las personas a visitar al parque.

#### **1.4.1.5. Rivalidad Entre los Competidores Existentes.**

Aqua River Park ubicado en la parroquia rural de Guayllabamba del Distrito Metropolitano de Quito es el competidor directo con el que se cuenta, ya que este brinda servicios de diversión acuática extrema, y demás servicios complementarios, en un ambiente rodeado de naturaleza. Este es la opción elegida por las personas que buscan de este tipo de diversión, no obstante, es distante respecto de la ciudad de Quito por lo que no todas las personas acuden a este complejo.

El parque acuático Aquazul ubicado en el sur de la capital, en específico en la parroquia Quitumbe, sector La Ecuatoriana, es un complejo que cuenta con instalaciones innovadores, ya que su decoración temática la diferencia de muchos complejos, sin embargo, este no cuenta con toboganes gigantes que presten un servicio diferenciador a sus consumidores, únicamente da servicios de piscinas, sauna, turco e hidromasaje. Por lo expuesto, se considera a la rivalidad entre los competidores como riesgo medio o moderado.

### 1.4.2. Análisis del Macro Ambiente

El macro ambiente está ligado a varias acciones que se considera variables muy importantes para que “WATER WORLD” Aqua Park desarrolle sus actividades comerciales, generalmente estas variables no pueden ser controladas por los directivos de la empresa, Hacen referencia a la modificación de las políticas gubernamentales, innovación de la competencia, actualizaciones tecnológicas, tendencias demográficas y sociales, cultura de la población, clima, entre otras. Para efectuar el análisis del micro ambiente se utiliza la herramienta PESTEL, en la cual se describen los factores políticos, económicos, sociales culturales, tecnológicos, ecológicos y legales, que afectan a la empresa.

**Tabla 21**

*Matriz PESTEL*

<b>Factores Políticos</b>
Modificación y/o implementación de política pública
Cambio en los incentivos a los microempresarios
<b>Factores Económicos</b>
Tasa de Desempleo
Inflación
<b>Factores Socio Culturales</b>
Tendencias de Consumo
Modificación de gustos y preferencias
<b>Factores Tecnológicos</b>
Modernización en las atracciones
Innovación y Desarrollo Tecnológico
<b>Factores Ecológicos</b>
Disposiciones Medio Ambientales
Prohibiciones por daños al ecosistema
<b>Factores Legales</b>
Requerimiento de nuevos permisos de funcionamiento
Modificación de políticas de contratación al personal

*Nota: Elaborado por el autor.*

### 1.4.3. Proyección de la Oferta

Considerando que no se cuentan con datos históricos específicos, la oferta se calcula en base a la información de los negocios que prestan servicios similares a los de “WATER WORLD” Aqua Park registrados en el Ministerio del Turismo; así también se utilizará la

contribución del turismo en el Producto Interno Bruto (PIB) que para el año 2020 es del 1,2%, siendo la séptima fuente de ingresos no petroleros, dando como resultado el número de plazas (personas) disponibles en el mercado; con la utilización de la fórmula que se detalla a continuación:

$$O_n = O_o (1 + r)^n$$

$O_n$  = Oferta Proyectada

$O_o$  = Oferta Actual

$r$  = % de aportación del sector Turismo en el PIB

$n$  = Años

**Tabla 22**

*Proyección de la Oferta*

Año	Método de Cálculo				Oferta Proyectada	
2022	$O_1$	=	204.278	$(1 + 1,2\%)^1$	=	206.730
2023	$O_2$	=	204.278	$(1 + 1,2\%)^2$	=	209.210
2024	$O_3$	=	204.278	$(1 + 1,2\%)^3$	=	211.721
2025	$O_4$	=	204.278	$(1 + 1,2\%)^4$	=	214.262
2026	$O_5$	=	204.278	$(1 + 1,2\%)^5$	=	216.833

*Nota: Elaborado por el autor.*

### 1.5. Demanda Potencial Insatisfecha

De la información descrita en la sección de la Proyección de la Demanda; así como de la Proyección de la Oferta, se procede a calcular la Demanda Potencial Insatisfecha en el cuadro a continuación:

**Tabla 23**

*Demanda Potencial Insatisfecha*

Año	Demanda	Oferta	DPI Anual	DPI Mensual	DPI / Día
2022	453.613	206.730	246.883	20574	686
2023	460.508	209.210	251.298	20941	698
2024	467.508	211.721	255.787	21316	711
2025	474.614	214.262	260.353	21696	723
2026	481.828	216.833	264.996	22083	736

*Nota: Elaborado por el autor.*

## **1.6. Diseño de Marca (Branding)**

El parque acuático, se implementará en la parroquia de Calderón, y este brindará un servicio innovador basado en la diversión acuática extrema, debido a que sus instalaciones contarán con piscinas grandes en las cuales se habilitarán toboganes gigantes; además, juegos acuáticos infantiles, sauna, turco, hidromasaje y servicio de bar-rescatante; servicios que serán dirigidos para personas de todas las edades.

### **1.6.1. Nombre de la Marca**

El nombre es: “WATER WORLD” Aqua Park

### **1.6.2. Logotipo**

**Figura 11**

*Logotipo*



*Nota: Elaborado por el autor.*

### **1.6.3. Eslogan**

“Juego, aventura y diversión extrema”

#### ***1.6.4. Percepción y Posicionamiento***

El parque acuático espera obtener una notoriedad en el mercado superior al 75% ya que este se generará debido a la publicidad que se realizará por distintos medios como, redes sociales, stands en centros comerciales, entre otros, misma que está encaminada a satisfacer las necesidades de diversión y tiempo de esparcimiento requeridos por las familias de la parroquia de Calderón y de la capital ecuatoriana en general; así como una percepción positiva por parte de los posibles consumidores, debido a la innovación que se tendrá en las atracciones principales que son los toboganes gigantes.

#### ***1.6.5. Diferenciación***

La implementación de un parque acuático en la parroquia de Calderón es interesante, ya que este brindará un servicio innovador basado en la diversión acuática extrema, ésta considerada como su principal diferenciación con la competencia; debido a que sus instalaciones contarán con piscinas grandes en las cuales se habilitarán un mega tobogán y toboganes gigantes; así como, juegos temáticos infantiles, muy atractivos para personas de todas las edades;, sauna, turco, hidromasaje y servicio de bar-rescatante.

### **1.7. Estrategias de marketing**

#### ***1.7.1. Precio***

El precio se definirá de acuerdo con el mercado al que se encuentra enmarcado.

#### ***1.7.2. Producto***

“WATER WORLD” Aqua Park cubrirá la necesidad que tiene la población de la parroquia de Calderón, de obtener un espacio de entretenimiento diferente, mediante la oferta de servicios innovadores, enmarcados en la diversión acuática extrema.

### **1.7.3. Plaza**

Se direcciona específicamente en la parroquia de Calderón del Distrito Metropolitano de Quito.

### **1.7.4. Promoción**

La promoción se centra directamente en redes sociales, radio, televisión y stands en centros comerciales generando convenios por consumos en locales afiliados.

## **1.8. Publicidad que se Realizará**

Cómo se explicó anteriormente, la publicidad se la realizará por redes sociales, radio, televisión y stands en centros comerciales, esto debido a que su costo es mínimo y se lo puede realizar en varias ocasiones dentro del tiempo planteado que es de 4 meses.

La publicidad a realizarse por redes sociales se la hará todos los días de la semana por cuatro meses, realizando varias publicaciones diarias, utilizando plataformas como Facebook, Instagram y mensajes a través de WhatsApp Business.

La publicidad a realizarse por radio se hará en la segunda y tercera semana de cada mes de los cuatro meses planteados, debido a que es una temporada adecuada para que los posibles consumidores puedan acercarse al parque acuático en la última semana del mes.

De igual manera la publicidad por televisión se la realizará en la tercera semana de cada uno de los cuatro meses planteados, para que los posibles consumidores puedan acercarse al parque acuático en la última semana del mes.

La publicidad que se realizará en los stands de centros comerciales será en la tercera cuarta semana de cada mes durante los cuatro meses planteados, ya que en las dos últimas semanas del mes el flujo de cliente de los centros comerciales se incrementa, para esto se generará un convenio con locales y de esta manera las personas que realicen consumos

en los locales afiliados podrán participar por entradas gratis u órdenes de consumo en los bares del parque acuático.

**Tabla 24**

*Cronograma de Publicidad*

<b>Cronograma de Actividades de Publicidad</b>																		
<b>Actividades a realizar</b>		<b>Mes 1</b>				<b>Mes 2</b>				<b>Mes 3</b>				<b>Mes 4</b>				<b>Costo</b>
		<b>S</b>	<b>S</b>	<b>S</b>	<b>S</b>													
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>													
1	Redes Sociales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	500,00
2	Radio		X	X	X		X	X	X		X	X	X		X	X	X	560,00
3	Televisión	X		X	X		X		X	X		X		X	X		X	1.500,00
4	Standes en C.C.			X	X		X	X		X	X		X	X		X	X	3.000,00
<b>Total</b>																	<b>5.560,00</b>	

*Nota: Elaborado por el autor.*

## 1.9. Canales de Distribución

El canal de distribución a utilizarse es el canal directo, ya que los servicios del parque acuático “WATER WORLD” van a ser directamente entregados por parte de la empresa hacia el consumidor final, quien al momento de ingresar al parque acuático realiza el pago por anticipado de los servicios que va a recibir.

## 1.10. Seguimiento de Clientes

Para poder brindar un seguimiento adecuado a los clientes sobre la percepción de los servicios que brindará “WATER WORLD” Aqua Park, se realizarán encuestas de satisfacción durante la estadía de los clientes en las instalaciones del parque acuático, así también se implementara un buzón de reclamos o sugerencias para que los clientes puedan realizar una retroalimentación sobre su percepción del servicio recibido.

Además, al ingreso de los clientes a las instalaciones del parque acuático se llenará una ficha personal de cliente, con la que se obtendrá los contactos de los mismos; y, de esta manera, realizar envíos de encuestas digitales hacia correos electrónicos, con el fin

de dar un seguimiento adecuado y obtener la información respecto de la calidad percibida por los clientes del servicio del parque acuático.

### **1.11. Especificar mercados alternativos**

La actividad principal de “WATER WORLD” Aqua Park es la comercialización de servicios que buscan satisfacer las necesidades de diversión extrema de las personas y familias de la parroquia de Calderón de la ciudad Quito.

Debido al tamaño de las instalaciones, el mercado alternativo del parque acuático es brindar servicios de esparcimiento y relajación a través de sus instalaciones de sauna, turco e hidromasaje; así como de los bares de comida rápida y comida saludable. Así también las instalaciones prestan las facilidades para brindar servicios de: celebración de cumpleaños y eventos organizadas por empresas de los sectores público y privado, como agasajos a empleados, agasajos navideños, mañanas deportivos, entre otros.

## **CAPÍTULO II**

### **2. Operaciones**

#### **2.1. Objetivo del Capítulo**

Describir el proceso de operación del servicio que brindará “WATER WORLD” Aqua Park, para lo cual se considerará todos los equipos, maquinarias y personas que serán necesaria para el cumplimiento de este fin.

#### **2.2. Descripción del Proceso**

Considerando que en la parroquia de Calderón de la ciudad de Quito hay una evidente escasez de servicios de esparcimiento, diversión y recreación, ya que existen pocas y comunes alternativas, como áreas verdes, parques y jardines; así como, pequeñas piscinas cubiertas, a las cuales la población de la mencionada parroquia acude con el fin de satisfacer sus necesidades de entretenimiento, “WATER WORLD” pone a disposición de la población sus servicios de diversión acuática extrema con el fin de cubrir las mencionadas necesidades.

##### ***2.2.1. Descripción de Proceso de Transformación del Servicio***

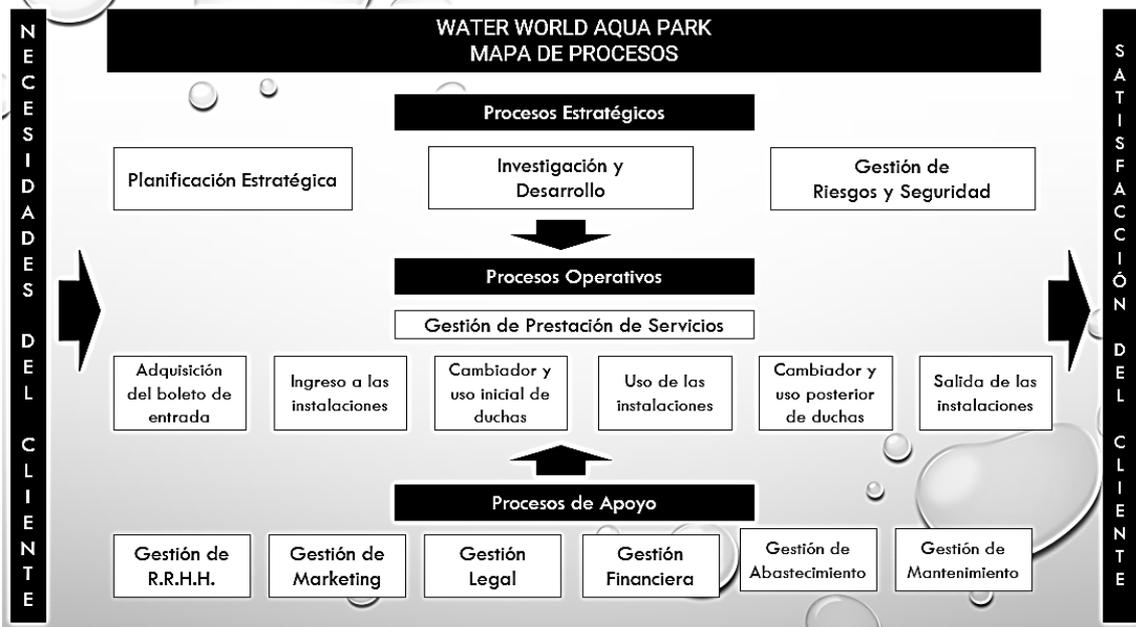
###### **2.2.1.1. Mapa de Procesos.**

El mapa de procesos es una herramienta que demuestra las interacciones de los procesos esenciales de una organización, es decir: procesos estratégicos, procesos operativos y procesos de apoyo. Siendo que los procesos operativos interactúan con los de apoyo ya que estos comparten necesidades y recursos; y, estos a su vez, tienen

interacción con los procesos estratégicos ya que generan una gran variedad de datos, así como la información necesaria para la toma de decisiones acertadas.

**Figura 12**

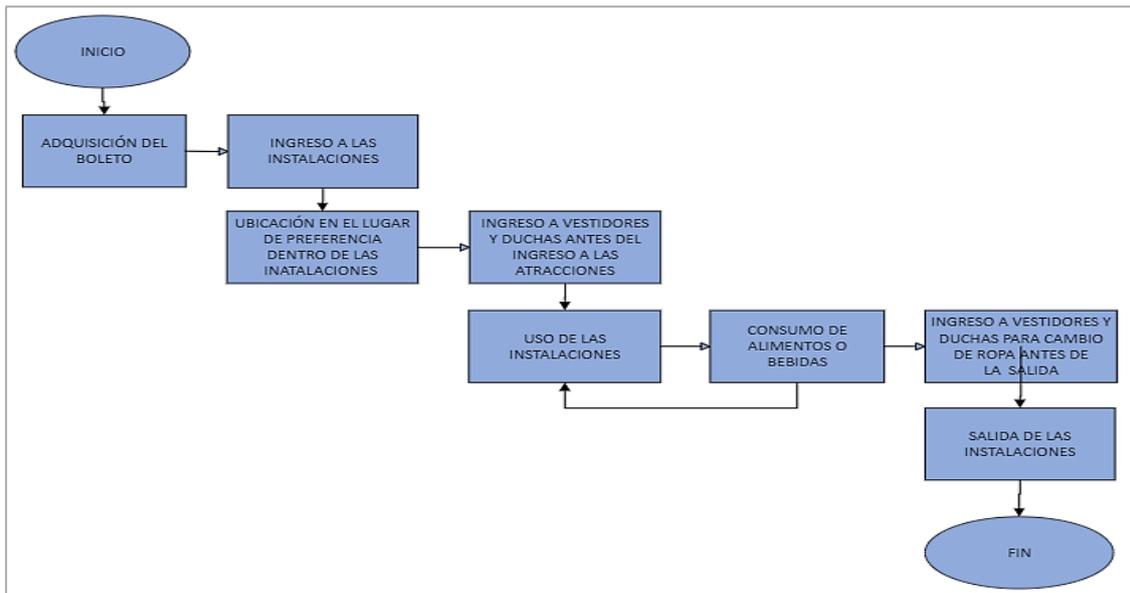
*Mapa de Procesos*



*Nota: Elaborado por el autor.*

**Figura 13**

*Diagrama de flujo del proceso de prestación del servicio*



*Nota: Elaborado por el autor.*

### **2.2.1.2. Gestión de Prestación del Servicio.**

El proceso operativo de Gestión de Prestación de Servicios inicia con el ingreso el ingreso de los consumidores a la localidad, estos pueden provenir de la parroquia de Calderón, del resto de la ciudad, de otras provincias o visitantes del extranjero. Posteriormente proceden con la adquisición y pago del boleto de entrada para ingresar a las instalaciones.

Una vez adentro de las instalaciones, buscar un lugar de estancia, para tal efecto, estarán habilitadas distintas áreas con asientos y sombrillas, carpas, entre otros, por lo que el cliente podrá elegir donde el lugar de su preferencia para ubicar sus pertenencias. Los visitantes en un inicio deberán dirigirse a las duchas que se encuentran en el establecimiento antes de hacer uso de las instalaciones acuáticas (piscinas, sauna turco o hidromasaje); además, estos deben usar las duchas con una vestimenta acorde al reglamento del parque acuático.

Posterior a usar las duchas, pueden hacer uso e iniciar a disfrutar de los distintos juegos acuáticos del establecimiento y de esta manera satisfacer sus necesidades de diversión, entretenimiento y relajación. Cabe recalcar que los consumidores pueden hacer uso de las instalaciones las veces consideren necesarias.

Una vez satisfechas las necesidades de diversión, entretenimiento y relajación, los usuarios pueden dirigirse a las duchas y/o cambiadores para vestirse y posteriormente proceder con la salida del parque acuático.

## **2.3. Descripción de Instalaciones, Equipos y Personas**

### **2.3.1. Ubicación Geográfica de la Empresa**

“WATER WORLD” Aqua Park funcionará en la parroquia urbana de Calderón, ubicada en el norte del Distrito Metropolitano de Quito, esto con el fin de aprovechar el

clima cálido con el que cuenta la mencionada parroquia; así como para ofrecer una diversión no convencional a los habitantes de esta y del resto de la capital.

**Figura 14**

*Ubicación geográfica de la empresa*



*Nota: Elaborado por el autor. Extraído de Google Maps*

### 2.3.2. Descripción de Instalaciones

Las instalaciones de “WATER WORLD” Aqua Park, están destinadas para personas de todas las edades, en especial de aquellas que buscan satisfacer sus necesidades de entretenimiento y diversión extrema, a continuación, se describe las instalaciones del parque acuático:

**Tabla 25**

*Descripción de instalaciones*

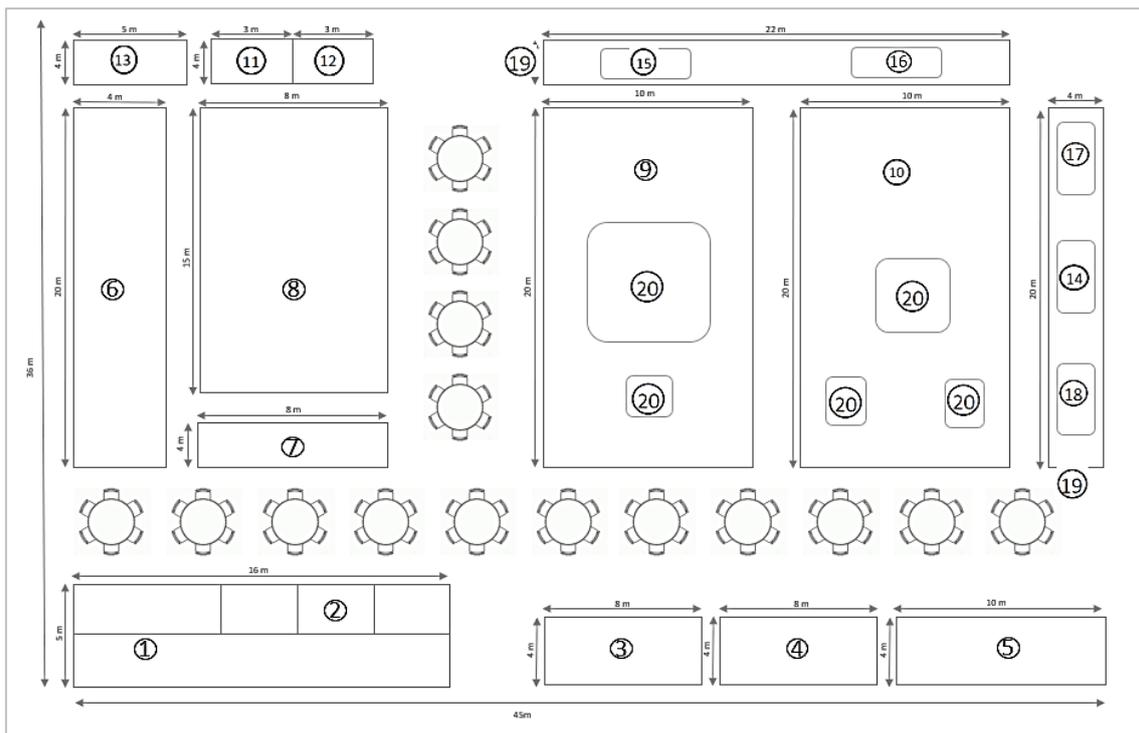
No.	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total (US\$)
1	Recepción	1	3.918,75	3.918,75
2	Oficinas Administrativas	1	7.481,25	7.481,25
3	Restaurante 1	1	9.120,00	9.120,00
4	Restaurante 2	1	9.120,00	9.120,00
5	Vestidores y Baterías Sanitarias 1	1	11.400,00	11.400,00
6	Vestidores y Baterías Sanitarias 2	1	22.800,00	22.800,00

7	Piscina Polar	1	8.000,00	8.000,00
8	Piscina Olas Artificiales	1	22.300,00	22.300,00
9	Piscina 1	1	44.500,00	44.500,00
10	Piscina 2	1	44.500,00	44.500,00
11	Sauna	1	7.200,00	7.200,00
12	Turco	1	7.200,00	7.200,00
13	Hidromasaje	1	8.050,00	8.050,00
14	Mega Tobogán	1	10.150,00	10.150,00
15	Tobogán Gigante 1	1	3.900,00	3.900,00
16	Tobogán Gigante 2	1	3.900,00	3.900,00
17	Tobogán Mediano 1	1	1.810,00	1.810,00
18	Tobogán Mediano 2	1	1.810,00	1.310,00
19	Estructura Toboganes	1	7.000,00	7.000,00
20	Juegos Acuáticos Infantiles	1	2.310,00	2.310,00

Nota: Elaborado por el autor.

**Figura 15**

Diseño de las instalaciones



Nota: Elaborado por el autor.

### 2.3.3. Tecnología a Aplicar

El uso de paneles solares proporciona energía solar fotovoltaica, que se considera como un tipo de energía renovable ya que esta transforma la radiación solar en energía eléctrica o energía térmica. Es así que la energía solar es uno de los medios más limpios y amigables con el ambiente de producción de energía,

Por lo antes mencionado “WATER WORLD” Aqua Park, utilizará paneles solares para el funcionamiento de sus instalaciones como energía alternativa, ya que de este modo se reduce significativamente la factura de energía eléctrica mensual y no se dependerá del abastecimiento de la red pública.

**Tabla 26**

*Tecnologías a aplicar*

Uso	Nombre	Imagen	Especificación	Costo
Piscinas	Paneles Solares		Aprovechamiento de la energía solar para generar calor o electricidad, en específico se utiliza para calentar el agua de las piscinas de "WATER WORLD" Aqua Park, Materiales y suministros necesarios para la instalación de los paneles solares, incluye mano de obra de instalación.	20.000,00
Piscinas	Máquina para hacer olas artificiales		Bomba sumergible generadora de olas artificiales. Materiales y suministros necesarios para la instalación de la maquinaria para hacer olas artificiales.	8.000,00

*Nota: Elaborado por el autor.*

### 2.3.4. Factores que afectan las operaciones

El factor que más influye en la comercialización de los servicios se encuentra enfocado en los cambios climáticos, considerando que estos no son predecibles; y afectan

directamente en el uso de algunas atracciones; además, el constante clima cambiante puede afectar a los equipos ya que pueden averiarse.

#### 2.4. Capacidad de Prestación del Servicio

“WATER WORLD” Aqua Park será construido sobre un terreno de 1800 metros cuadrados. Al inicio de sus actividades se prevé que contará con exceso de espacio considerando que es una marca nueva; sin embargo, la capacidad de prestación del servicio que se considerada, es la máxima cantidad de personas que podrán permanecer en el parque sin que se evidencie aglomeraciones tanto en las piscinas como en los toboganes y juegos de acuáticos infantiles.

De conformidad con los lineamientos estipulados en la regla Técnica Metropolitana RTQ-5/2015 del Cuerpo de Bomberos de Quito, en la cual se establece la carga de ocupantes según la actividad económica, se procede a calcular la capacidad de prestación del servicio de “WATER WORLD” Aqua Park, con la utilización de la fórmula que se detalla a continuación:

$$CO = \frac{AP}{FCO}$$

CO = Carga de Ocupantes

AP = Área de Piso

FCO = Factor de Carga de Ocupantes (Tabla 1 RTQ-5)

$$CO = \frac{AP}{FCO}$$

$$CO = \frac{1.800}{4,7}$$

$$CO = 383$$

Es así que, la capacidad de prestación de servicios de “WATER WORLD” Aqua Park es de 383 personas, que es el aforo permitido en el área útil de las instalaciones según la

actividad económica; sin embargo, considerando las medidas tomadas por la emergencia sanitaria (Covid-19), sobre el resultado obtenido se debe considerar el aforo permitido en el COE Nacional, que es este caso es del 75%, por lo que la capacidad de prestación del servicio actualmente es de 287 personas.

#### **2.4.1. Capacidad de Prestación del Servicio Futura**

Asimismo, se considera los datos señalados en el numeral que antecede; así como el método de cálculo para determinar la capacidad de prestación del servicio futura, considerando que las instalaciones serán fijas por un tiempo prolongado.

**Tabla 27**

*Capacidad de Prestación del Servicio Futura*

<b>Año</b>	<b>Área de Terreno útil m<sup>2</sup></b>	<b>Factor de Carga de Ocupantes</b>	<b>Carga de Ocupantes</b>	<b>Aforo permitido</b>	<b>Carga de Ocupantes</b>
2022	1.800	4,7	383	75%	287
2023	1.800	4,7	383	80%	306
2024	1.800	4,7	383	90%	345
2025	1.800	4,7	383	100%	383
2026	1.800	4,7	383	100%	383

*Nota: Elaborado por el autor.*

Cabe recalcar que los valores establecidos como “Carga de ocupantes”, es la capacidad máxima diaria que tiene “WATER WORLD” Aqua Park para prestar el servicio; por lo que los valores establecidos en la citada columna serán considerados para los sábados y domingos, que son los días de más afluencia de posibles clientes o consumidores; asimismo, respecto de los días lunes a viernes, se considerará el uso del 30% de las instalaciones del parque acuático. A continuación, un cuadro resumen de lo expuesto:

**Tabla 28***Capacidad de Prestación del Servicio Futura (diaria)*

Año	Carga de Ocupantes							Semanal	Anual
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo		
2022	86	86	86	86	86	287	287	1004	52208
2023	92	92	92	92	92	306	306	1072	55744
2024	104	104	104	104	104	345	345	1210	62920
2025	115	115	115	115	115	383	383	1341	69732
2026	115	115	115	115	115	383	383	1341	69732

*Nota: Elaborado por el autor.*

## 2.5. Definición de Recursos Necesarios para la Producción

### 2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

La materia prima necesaria e indispensable para que “WATER WORLD” Aqua Park pueda realizar sus actividades es el agua. El nivel de utilización de este recurso será acorde al volumen de cada piscina que formará parte del parque acuático. Este insumo lo proporciona la Empresa pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento, sin embargo, también puede ser adquirida a empresas privadas de abastecimiento de agua mediante tanqueros

De igual manera otra de las materias primas necesarias es la energía eléctrica considerando que está permite que las máquinas, bombas de agua e instalaciones en general puedan funcionar. Se utilizará energía alternativa como es la energía solar, gracias a la instalación de paneles solares, tal y como se mencionada en el numeral 2.2.3 del presente plan; además se tendrá acceso a la red pública de energía eléctrica, en el caso de que se genere algún inconveniente con la fuente principal que será la energía solar.

## 2.6. Calidad

### 2.6.1. Método de Control de Calidad

La herramienta a utilizarse para realizar un control de calidad a los servicios que comercializará “WATER WORLD” Aqua Park a sus posibles consumidores es la encuesta de satisfacción, esta nos permitirá conocer la percepción de los clientes respecto del servicio; además, se podrá identificar puntos críticos y de esta manera obtener soluciones que permitirán al parque acuático mantenerse en una mejora continua.

**Figura 16**

*Modelo de Encuesta de Satisfacción.*

 <b>WATER WORLD AQUA PARK</b> Encuesta de Satisfacción al Cliente																																	
Día a día queremos mejorar, ayúdanos a hacerlo, solo te tomara un minuto de tu valioso tiempo, a cambio recibirás una deliciosa sorpresa.																																	
¿Qué tiempo espero para ingresar a las instalaciones del Parque Acuático?	<input type="checkbox"/> 5 minutos o menos <input type="checkbox"/> 10 minutos <input type="checkbox"/> 15 minutos <input type="checkbox"/> 20 minutos o más																																
¿Cuál es el tiempo máximo que espero para utilizar alguna atracción del Parque Acuático?	<input type="checkbox"/> 5 minutos o menos <input type="checkbox"/> 10 minutos <input type="checkbox"/> 15 minutos <input type="checkbox"/> 20 minutos o más																																
Por Favor, califica las instalaciones del Parque Acuático Mala    Regular    Buena    Excelente																																	
Instalaciones en general Toboganes Juegos Acuáticos Infantiles Seguridad de las atracciones Atención del personal Calidad de la comida Limpieza de las instalaciones	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Mala</th> <th>Regular</th> <th>Buena</th> <th>Excelente</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>	Mala	Regular	Buena	Excelente																												
Mala	Regular	Buena	Excelente																														
¿Nos recomendarías con tus familiares y/o amigos?																																	
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No																																	
¿Tienes alguna sugerencia y/o comentario para mejorar nuestro servicio?																																	
<hr/> <hr/> <hr/>																																	

*Nota: Elaborado por el autor.*

## **2.7. Normativa y Permisos que afectan la instalación del negocio**

### **2.7.1. Ley Orgánica de Recursos Hídricos, Usos y Aprovechamiento del Agua**

El artículo 115 de la norma antes invocada, señala:

El agua utilizada en actividades turísticas recreacionales permanentes deberá contar con la autorización de aprovechamiento productivo otorgado por la Autoridad Única del Agua, de conformidad con los requisitos, condiciones y procedimientos establecidos en esta Ley y su Reglamento. Al efecto, la Autoridad Única del Agua coordinará con la Autoridad Nacional de Turismo. (Ley Orgánica de Recursos Hídricos, Usos y Aprovechamiento del Agua, 2014, p.35)

De igual manera, el artículo 116 del mismo cuerpo legal establece:

Aguas termales. Las aguas termales podrán ser aprovechadas productivamente por personas naturales, jurídicas, públicas, privadas, mixtas o de la economía popular y solidaria; comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

Las solicitudes que presenten las entidades comunitarias o de la economía popular y solidaria, titulares de derechos colectivos, para aprovechamiento del agua en sus territorios o tierras comunitarias, tendrán derecho preferente en el otorgamiento de nuevas autorizaciones. La Autoridad Ambiental Nacional ejercerá el control de vertidos en coordinación con la Autoridad Única del Agua y los Gobiernos Autónomos Descentralizados acreditados en el sistema único de manejo ambiental. (Ley Orgánica de Recursos Hídricos, Usos y Aprovechamiento del Agua, 2014, p.35)

Es preciso señalar que “WATER WORLD” Aqua Park debe cumplir con los requisitos establecido por la autoridad competente en la materia, que es la Agencia de Regulación y Control del Agua (ARCA), para obtener los permisos respectivos para el aprovechamiento del agua como materia prima necesaria para realizar las actividades recreacionales permanentes.

### **2.7.2. Ley Orgánica de Salud**

La Ley Orgánica de Salud (LOS), en su artículo 177 menciona:

Es responsabilidad de la autoridad sanitaria nacional, expedir normas y controlar las condiciones higiénico sanitarias de establecimientos de servicios de atención al público y otros sujetos a control sanitario, para el otorgamiento o renovación del permiso de funcionamiento. (Ley Orgánica de Salud, 2006, p.32)

Mediante Decreto Ejecutivo No. 1290 publicado en el Registro Oficial No. 788 de 13 de septiembre de 2012, se creó la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA, estableciéndose en el artículo 10, numeral 6 como una de sus responsabilidades la de emitir permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario establecidos en la Ley Orgánica de Salud,

El artículo 9 del Reglamento sustitutivo para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario señala:

Los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario se clasifican en tres categorías conforme su riesgo: Grupo A (riesgo alto); Grupo B (riesgo moderado) y Grupo C (riesgo bajo), tomando en consideración los siguientes criterios:

(...) Tipo de producto / servicio... (Reglamento sustitutivo para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario, 2017, p.4)

Considerando la normativa señalada en los párrafos que anteceden, se determina que “WATER WORLD” Aqua Park debe cumplir con los requisitos establecidos en el Reglamento de Funcionamiento de Establecimientos Sujetos a Control Sanitario; así como de la Ley Orgánica de Salud para obtener el Permiso de Funcionamiento que otorga la Autoridad Sanitaria Nacional a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA.

### ***2.7.3. Decreto Ejecutivo No. 2393 - Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo***

El artículo 11 del Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo señala:

Son obligaciones generales de los personeros de las entidades y empresas públicas y privadas, las siguientes:

1. Cumplir las disposiciones de este Reglamento y demás normas vigentes en materia de prevención de riesgos.
2. Adoptar las medidas necesarias para la prevención de los riesgos que puedan afectar a la salud y al bienestar de los trabajadores en los lugares de trabajo de su responsabilidad.
3. Mantener en buen estado de servicio las instalaciones, máquinas, herramientas y materiales para un trabajo seguro.
4. Organizar y facilitar los Servicios Médicos, Comités y Departamentos de Seguridad, con sujeción a las normas legales vigentes.
5. Entregar gratuitamente a sus trabajadores vestido adecuado para el trabajo y los medios de protección personal y colectiva necesarios.
6. Efectuar reconocimientos médicos periódicos de los trabajadores en actividades peligrosas; y, especialmente, cuando sufran dolencias o defectos físicos o se encuentren en estados o situaciones que no respondan a las exigencias psicofísicas de los respectivos puestos de trabajo.
7. (Agregado inc. 2 por el Art. 3 del D.E. 4217, R.O. 997, 10-VIII-88) Cuando un trabajador, como consecuencia del trabajo, sufre lesiones o puede contraer enfermedad profesional, dentro de la práctica de su actividad laboral ordinaria, según dictamen de la Comisión de Evaluaciones de Incapacidad del IESS o del facultativo del Ministerio de Trabajo, para no afiliados, el patrono deberá ubicarlo en otra sección de la empresa, previo consentimiento del trabajador y sin mengua a su remuneración. La renuncia para la reubicación se considerará como omisión a acatar las medidas de prevención y seguridad de riesgos.
8. Especificar en el Reglamento Interno de Seguridad e Higiene, las facultades y deberes del personal directivo, técnicos y mandos medios, en orden a la prevención de los riesgos de trabajo.
9. Instruir sobre los riesgos de los diferentes puestos de trabajo y la forma y métodos para prevenirlos, al personal que ingresa a laborar en la empresa.
10. Dar formación en materia de prevención de riesgos, al personal de la empresa, con especial atención a los directivos técnicos y mandos medios, a través de cursos regulares y periódicos.
11. Adoptar las medidas necesarias para el cumplimiento de las recomendaciones dadas por el Comité de Seguridad e Higiene, Servicios Médicos o Servicios de Seguridad.
12. Proveer a los representantes de los trabajadores de un ejemplar del presente Reglamento y de cuantas normas relativas a prevención de riesgos sean de aplicación en el ámbito de la empresa. Así mismo, entregar a cada trabajador un ejemplar del Reglamento Interno de Seguridad e Higiene de la empresa, dejando constancia de dicha entrega.

13. Facilitar durante las horas de trabajo la realización de inspecciones, en esta materia, tanto a cargo de las autoridades administrativas como de los órganos internos de la empresa.

14. Dar aviso inmediato a las autoridades de trabajo y al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, de los accidentes y enfermedades profesionales ocurridos en sus centros de trabajo y entregar una copia al Comité de Seguridad e Higiene Industrial.

15. Comunicar al Comité de Seguridad e Higiene, todos los informes que reciban respecto a la prevención de riesgos.

Además de las que se señalen en los respectivos Reglamentos Internos de Seguridad e Higiene de cada empresa, son obligaciones generales del personal directivo de la empresa las siguientes:

1. Instruir al personal a su cargo sobre los riesgos específicos de los distintos puestos de trabajo y las medidas de prevención a adoptar.

2. Prohibir o paralizar los trabajos en los que se adviertan riesgos inminentes de accidentes, cuando no sea posible el empleo de los medios adecuados para evitarlos. Tomada tal iniciativa, la comunicarán de inmediato a su superior jerárquico, quien asumirá la responsabilidad de la decisión que en definitiva se adopte. (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo, 2008, p.7)

El artículo 13 de la misma norma legal, respecto de las obligaciones del trabajador, establece:

1. Participar en el control de desastres, prevención de riesgos y mantenimiento de la higiene en los locales de trabajo cumpliendo las normas vigentes.

2. Asistir a los cursos sobre control de desastres, prevención de riesgos, salvamento y socorrismo programados por la empresa u organismos especializados del sector público.

3. Usar correctamente los medios de protección personal y colectiva proporcionados por la empresa y cuidar de su conservación.

4. Informar al empleador de las averías y riesgos que puedan ocasionar accidentes de trabajo. Si éste no adoptase las medidas pertinentes, comunicar a la Autoridad Laboral competente a fin de que adopte las medidas adecuadas y oportunas.

5. Cuidar de su higiene personal, para prevenir al contagio de enfermedades y someterse a los reconocimientos médicos periódicos programados por la empresa.

6. No introducir bebidas alcohólicas ni otras sustancias tóxicas a los centros de trabajo, ni presentarse o permanecer en los mismos en estado de embriaguez o bajo los efectos de dichas sustancias.

7. Colaborar en la investigación de los accidentes que hayan presenciado o de los que tengan conocimiento.

8. (Agregado por el Art. 4 del D.E. 4217, R.O. 997, 10-VIII-88) Acatar en concordancia con el Art. 11, numeral siete del presente Reglamento las indicaciones contenidas en los dictámenes emitidos por la Comisión de Evaluación de las Incapacidades del IESS, sobre cambio temporal o definitivo en las tareas o actividades que pueden agravar las lesiones o enfermedades adquiridas dentro de la propia empresa, o anteriormente. (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo, 2008, p.9)

Es preciso señalar que la seguridad ocupacional es un ámbito de real importancia para la organización, por lo que, con el afán de cumplir con la normativa vigente respecto de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, “WATER WORLD” Aqua Park, implementará medidas de prevención de riesgos de trabajo; así como se proporcionará los materiales e insumos necesarios para que los trabajadores pueden realizar sus actividades de manera segura.

## **CAPÍTULO III**

### **3. Organización y Gestión**

#### **3.1. Objetivo del capítulo**

Establecer la misión, visión, objetivos estratégicos, FODA, la organización funcional de la empresa, la descripción de los puestos, así como los indicadores necesarios que permiten dar control, seguimiento y evaluación a las actividades que realiza la organización.

#### **3.2. Análisis Estratégico y Definición de Objetivos**

##### ***3.2.1. Visión de la Empresa***

Para el año 2026, ser el centro de entretenimiento y diversión acuática extrema más reconocido en la ciudad de Quito.

##### ***3.2.2. Misión de la Empresa***

Somos la empresa pionera en brindar servicios de entretenimiento y diversión acuática extrema en la parroquia de Calderón de la ciudad de Quito, mediante la implementación de instalaciones modernas e innovadoras enfocadas a satisfacer las necesidades de diversión de niños, jóvenes y adultos, acompañada de la seguridad necesaria en cada uno de los juegos.

### 3.2.3. Objetivos y estrategias

Tabla 29

Matriz FODA

<b>WATER WORLD AQUA PARK</b>		
<b>POSITIVAS</b>		
<b>NEGATIVAS</b>		
<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>	
<b>INTERNO</b>	Único complejo recreacional acuático dentro de la zona urbana del norte del Distrito Metropolitano de Quito.	No encontrarse posicionado en el mercado por ser una marca nueva.
	Precios accesibles en comparación con empresas que brinden servicios sustitutos de recreación.	Costos elevados de la inversión inicial y para mantenimiento de las instalaciones.
	Seguridad dentro del establecimiento para tranquilidad del cliente.	No se consideran desembolsos imprevistos, únicamente se cuenta con el valor de la inversión inicial.
	Atención profesional y personalizada, enfocada en satisfacer las necesidades de los consumidores dentro del parque acuático.	Falta de experiencia en el sector de diversión.
<b>Oportunidades</b>		<b>Amenazas</b>
<b>EXTERNO</b>	Crecimiento del turismo a nivel local, nacional e internacional,	Entrada de posibles competidores al mercado debido al incremento de la demanda de las personas que gustan de la diversión extrema.
	Falta de instalaciones innovadoras de la competencia, enfocadas a la diversión acuática extrema.	Posicionamiento de otras empresas de servicios sustitutos en el mercado, ya que han sido reconocidas y aceptadas por los consumidores
	Preferencia de los posibles consumidores al entretenimiento diferenciado (no convencional) que no tengan las posibilidades de salir a otras provincias por turismo. (Prefieren turismo local)	Gustos y preferencias cambiantes de los potenciales consumidores
	Apoyo del Gobierno Central y Gobiernos Seccionales para incentivar la reactivación económica por medio del turismo local, nacional e internacional.	Políticas cambiantes de los gobiernos locales y seccionales.
Necesidad de los consumidores de encontrar espacios de relajación y eliminación de estrés.	Baja demanda de lo servicio de un parque acuático en temporada de invierno.	

Nota: Elaborado por el autor.

**Tabla 30***Matriz EFI*

<b>Factor Crítico de éxito</b>	<b>Valor</b>	<b>Calificación</b>	<b>Calificación Ponderada</b>
<b>Fortalezas</b>			
Único complejo recreacional acuático dentro de la zona urbana del norte del Distrito Metropolitano de Quito.	0,26	4	1,04
Precios accesibles en comparación con empresas que brinden servicios sustitutos de recreación.	0,21	4	0,84
Seguridad dentro del establecimiento para tranquilidad del cliente.	0,14	3	0,42
Atención profesional y personalizada, enfocada en satisfacer las necesidades de los consumidores dentro del parque acuático.	0,1	3	0,3
<b>Debilidades</b>			
No encontrarse posicionado en el mercado por ser una marca nueva.	0,04	2	0,08
Costos elevados de la inversión inicial y para mantenimiento de las instalaciones.	0,11	2	0,22
No se consideran desembolsos imprevistos, únicamente se cuenta con el valor de la inversión inicial.	0,1	2	0,2
Falta de experiencia en el sector de diversión.	0,04	1	0,04
<b>Valor Ponderado</b>			<b>3,14</b>

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Tabla 31***Matriz EFE*

<b>Factor Crítico de éxito</b>	<b>Valor</b>	<b>Calificación</b>	<b>Calificación Ponderada</b>
<b>Oportunidades</b>			
Crecimiento del turismo a nivel local, nacional e internacional,	0,15	4	0,60
Falta de instalaciones de la competencia, enfocadas a la diversión acuática extrema.	0,22	4	0,88
Preferencia de los posibles consumidores al entretenimiento diferenciado (no convencional) que no tengan las posibilidades de salir a otras provincias por turismo. (Prefieren turismo local)	0,10	4	0,40
Necesidad de los consumidores de encontrar espacios de relajación y eliminación de estrés.	0,10	4	0,40
Apoyo del Gobierno Central y Gobierno Seccional para incentivar la reactivación económica por medio del turismo local, nacional e internacional.	0,10	3	0,30
<b>Amenazas</b>			
Entrada de posibles competidores al mercado debido al incremento de la demanda de las personas que gustan de la diversión extrema.	0,08	2	0,16
Posicionamiento de otras empresas de servicios sustitutos en el mercado, ya que han sido reconocidas y aceptadas por los consumidores	0,07	2	0,14
Gustos y preferencias cambiantes de los potenciales consumidores	0,07	2	0,14
Políticas cambiantes de los gobiernos locales y seccionales.	0,05	1	0,05
Baja demanda de lo servicio de un parque acuático en temporada de invierno.	0,06	1	0,06
<b>Valor Ponderado</b>			<b>3,13</b>

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Tabla 32***Matriz Objetivos Estratégicos*

<b>PERSPECTIVAS</b>	<b>FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO</b>	<b>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</b>
RESULTADOS FINANCIEROS	VALOR PARA ACCIONISTAS	Generar la mayor rentabilidad posible
	CRECIMIENTO	Expandir la marca a otras ciudades y provincias del país para de esta manera ampliar el portafolio de clientes. Ampliar las instalaciones del parque acuático con la premisa de recibir a más clientes y así generar mayor rentabilidad.
VALOR PARA CLIENTES	DESARROLLO DE MARCAS	Implementar periódicamente nuevas atracciones. Promocionar los servicios que brinda la empresa por diferentes medios de difusión masiva.
	ATRIBUTOS DE DIFERENCIACION	Ofrecer servicios de entretenimiento y diversión acuática extrema. Proporcionar una serie de actividades pensadas siempre en que el cliente tenga libertad de elegir cada una de ellas.
	SATISFACTORES BASICOS DE CLIENTES	Potencializar los servicios complementarios del parque acuático Satisfacer la necesidad de las personas que tienen por liberar adrenalina por medio de la utilización de juegos acuáticos extremos.
	EFICIENCIA DE PROCESOS	PROCESOS LEGALES Y REGULATORIOS Cumplir con los requisitos establecidos por los entes reguladores para el correcto funcionamiento de las actividades que desarrolla la empresa.
EFICIENCIA DE PROCESOS	PROCESOS DE INNOVACION	Incrementar la capacidad de producción del parque acuático por medio del incremento del área de terreno a utilizar. Utilizar juegos extremos (toboganes gigantes, piscinas olas artificiales)
	PROCESOS OPERATIVOS Y DE RELACIONAMIENTO	Crear alianzas estratégicas con marcas de productos de consumo masivo para publicitar al parque acuático.

CAPITAL INTANGIBLE	TECNOLOGIA DE INFORMACION	Incrementar la publicidad por redes sociales y medios digitales.
	CULTURA ORGANIZACIONAL	Generar un clima organizacional armónico basado en el respeto y bienestar común.
	CAPITAL HUMANO	Generar una cultura de cumplimientos de normas, políticas y procedimientos, respecto de las normas medioambientales, laborales y de seguridad y salud ocupacional. Maximizar la satisfacción del personal cumpliendo con todos los parámetros establecidos por la legislación laboral ecuatoriana. Capacitar al personal constantemente en varios ámbitos.

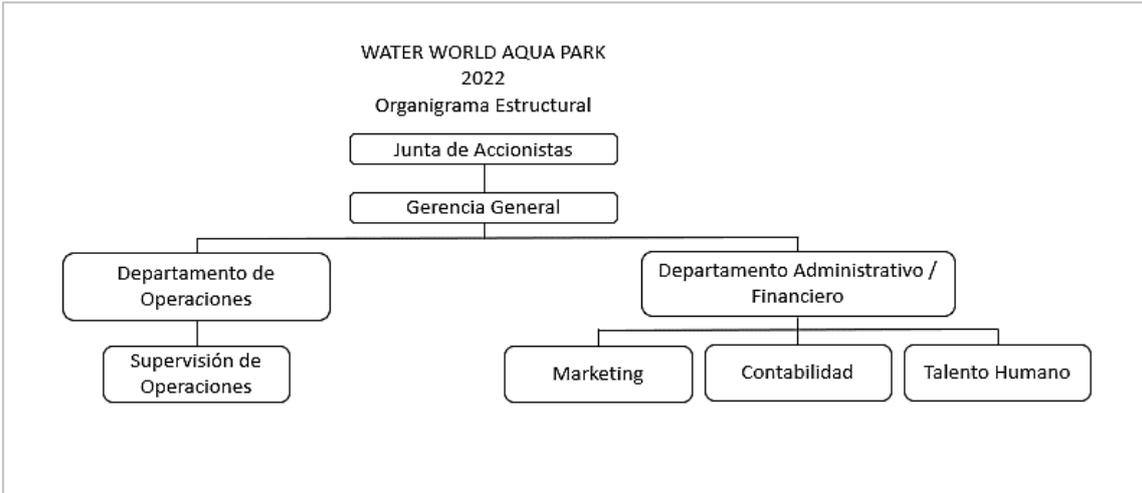
*Nota: Elaborado por el autor*

### 3.3. Organización Funcional de la Empresa

#### 3.3.1. Organización Interna

**Figura 17**

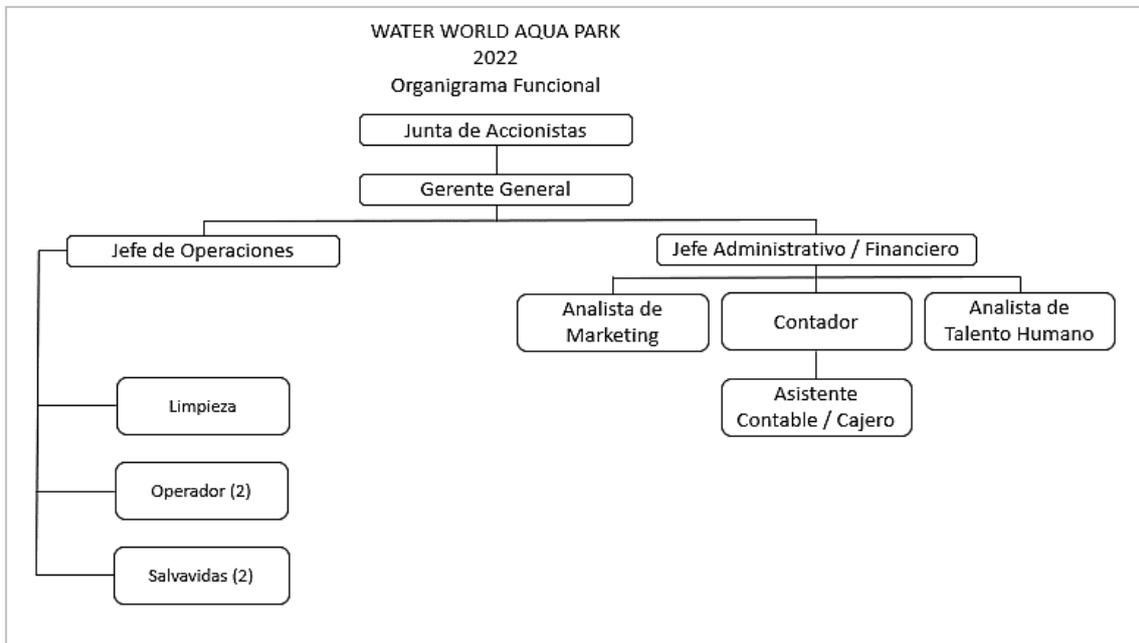
*Organigrama Estructural*



*Nota: Elaborado por el autor.*

**Figura 18**

*Organigrama Funcional*



*Nota: Elaborado por el autor.*

### **3.3.2. Descripción de puestos.**

A continuación se procede con la descripción de cada uno de los puestos que forman parte de los Departamento de Operaciones y Administrativo / Financiero de la empresa “WATER WORLD” Aqua Park:

**Tabla 33***Descripción de puestos – Gerente General*

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
Puesto:	Gerente General
Jefe inmediato superior:	Junta de Accionistas
Supervisa a:	Jefes Departamentales
<b>II OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo; así como dirigir la empresa en general.	
<b>III FUNCIONES</b>	
Proyectar el futuro de la empresa u organización.	
Optimizar los recursos con los que cuenta la organización.	
Tomar decisiones acertadas, supervisar que las actividades que se realicen en los diferentes departamentos estén alineadas a la consecución de los objetivos.	
Evaluar de manera permanente los resultados del equipo con el objetivo de corregir las deficiencias y mejorar los procesos.	
Dialogar con los miembros de la organización.	
Realizar análisis al mercado para identificar puntos de mejora,	
Análisis de políticas y procedimientos internos de la organización.	
Atender los requerimientos de los accionistas.	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional:	Ing. en Administración de Empresas
Experiencia:	3 años en cargos similares
Habilidades:	Liderazgo. Responsabilidad. Ética profesional. Relaciones interpersonales. Creatividad e innovación. Comunicación asertiva,
Formación:	Conocimientos administrativos y financieros. Elaboración de procesos y funciones. Gestión de Indicadores

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Tabla 34***Descripción de puestos – Jefe de Operaciones*

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
Puesto:	Jefe de Operaciones
Jefe inmediato superior:	Gerente General
Supervisa a:	Operadores, Limpieza y Salvavidas
<b>II OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Planificar, dirigir y coordinar las actividades y tareas necesarias de cada puesto de trabajo en el área de operaciones, asegurando el buen manejo de los recursos.	
<b>III FUNCIONES</b>	
<p>Comprar materiales, planificar el inventario y supervisar la eficiencia de la empresa.</p> <p>Formular objetivos estratégicos y operativos.</p> <p>Garantizar que todas las operaciones se lleven a cabo de un modo apropiado y generando la mayor rentabilidad posible.</p> <p>Mejorar los procesos identificando puntos de mejora,</p> <p>Brindar una capacitación constante al personal.</p> <p>Encontrar modos de aumentar la calidad del servicio de atención al cliente.</p>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional:	Ing. en Administración de Empresas o afines.
Experiencia:	1 año en cargos similares
Habilidades:	<p>Liderazgo.</p> <p>Responsabilidad.</p> <p>Ética profesional.</p> <p>Relaciones interpersonales.</p> <p>Creatividad.</p> <p>Innovación,</p> <p>Comunicación asertiva,</p>
Formación:	<p>Conocimientos sobre efectividad organizativa y gestión de operaciones.</p> <p>Excelentes capacidades comunicativas.</p> <p>Habilidad para el liderazgo.</p>

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Tabla 35***Descripción de puestos – Jefe Administrativo / Financiero*

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
Puesto:	Jefe Administrativo / Financiero
Jefe inmediato superior:	Gerente General
Supervisa a:	Analista de Marketing. – Contador Analista de Talento Humano.
<b>II OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Fijar políticas y estrategias para la consecución de los objetivos financieros de la empresa. Proveer de información financiera de la empresa para la toma de decisiones. Controlar al personal de acuerdo con las políticas y procedimientos de Talento Humano, tales como: control de asistencia, planificación y control de vacaciones, identificación de necesidades de capacitación, evaluación de personal, entre otras. Desarrollar planes de marketing para dar a conocer la empresa a la población en general. Generar contenido valioso y atractivo para utilizarlo en las redes sociales de la empresa.	
<b>III FUNCIONES</b>	
Organizar el estudio de mercado para evaluar las tendencias de los consumidores. Identificar nuevos canales de publicidad. Establece alianzas con instituciones bancarias. Elaboración de presupuestos. Asignar recursos y gestionar los flujos de caja. Realizar análisis de costes y beneficios. Recomendar soluciones para reducir los costos. Organizar, supervisar y evaluar los programas de capacitación de empleados. Evaluar el rendimiento de los empleados.	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional:	Ing. en Administración de Empresas o afines.
Experiencia:	1 año en cargos similares
Habilidades:	Inteligencia Matemática. Empatía. Liderazgo. Responsabilidad. Relaciones interpersonales. Creatividad e innovación. Comunicación asertiva,
Formación:	Familiaridad con programas financieros, contables y de Talento Humano. Conocimiento de la legislación vigente en las áreas de Contabilidad, Tributación y Personal. Identificación de públicos objetivo y la creación, así como en la dirección de campañas de marketing.

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Tabla 36***Descripción de puestos – Analista de Marketing*

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
Puesto:	Analista de Marketing
Jefe inmediato superior:	Jefe Administrativo / Financiero
Supervisa a:	-
<b>II OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Desarrollar campañas de marketing.	
Medición del rendimiento de campañas realizadas en medios tradicionales e Internet.	
Elaboración de informes sobre KPI de marketing.	
<b>III FUNCIONES</b>	
Manejar las redes sociales de la empresa, para de esta manera generar campañas de marketing adecuadas y así dar a conocer la empresa a la mayor cantidad de personas de la parroquia de Calderón; así como del resto de la capital.	
Elaborar indicadores de gestión respecto del área de marketing. Realizar los acercamientos necesarios con los medios de publicidad con los cuales se va a dar a conocer a la empresa.	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional:	Ingeniería Comercial con mención en Marketing
Experiencia:	3 meses de experiencia
Habilidades:	Capacidades analíticas. Responsabilidad. Relaciones interpersonales. Creatividad e innovación, Comunicación asertiva. Identificación de oportunidades para lograr nuevos clientes.
Formación:	Experiencia en manejo de redes sociales. Conocimiento en creación de campañas de marketing. Manejo de plataformas de Marketing. Manejo de redes sociales.

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Tabla 37***Descripción de puestos – Contador*

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
Puesto:	Contador
Jefe inmediato superior:	Jefe Administrativo / Financiero
Supervisa a:	Asistente Contable / Cajero
<b>II OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Colaborar, analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la empresa.	
Cumplir con la normativa tributaria legal vigente.	
Colaborar con la empresa en los aspectos relativos a sus funciones.	
<b>III FUNCIONES</b>	
Registrar las transacciones que realice la empresa.	
Velar por el estricto cumplimiento de las normas, políticas y procedimientos relaciones con el área contable.	
Realizar las declaraciones de los impuestos sobre los cuales la empresa es sujeto pasivo.	
Realización de informes financieros, mediante la revisión de libros contables.	
Análisis de ingresos, costos y gastos.	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría. Contador Público Autorizado (CPA)
Experiencia:	6 meses de experiencia
Habilidades:	Capacidad numérica, de lenguaje y conocimientos contables, tributarios y financieros.
	Capacidades analíticas.
	Comunicación asertiva.
	Orden en el registro de las transacciones. Sistema de archivos de documentos.
Formación:	Amplios conocimientos en computación, finanzas, contabilidad, paquetes contables informáticos. Conocimientos en interpretación de la información financiera.

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Tabla 38***Descripción de puestos – Analista de Talento Humano*

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
Puesto:	Analista de Talento Humano
Jefe inmediato superior:	Jefe Administrativo / Financiero
Supervisa a:	-
<b>II OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Diseñar e implementar políticas, programas y procedimientos de la gestión del talento humano.	
Desarrollar procesos de selección.	
Desarrollar programas de capacitación del talento humano.	
Elaborar manuales de funciones y escalas salariales, según las políticas de la organización, de acuerdo con la estructura de esta.	
<b>III FUNCIONES</b>	
Elaborar informes técnicos del Talento Humano con el fin de tomar decisiones acertadas en contrataciones y movimientos de personal.	
Aplicar los reglamentos, normas y procedimientos de la Gestión de Talento Humano contenidos en la normativa legal vigente, interpuestos por Ministerio del Trabajo en calidad de ente de control en la materia.	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional:	Ingeniería en Administración de Empresas con mención en Talento Humano
Experiencia:	6 meses de experiencia
Habilidades:	Amplio dominio de la legislación laboral vigente. Capacidad para planificar. Organización. Controlar y evaluar procesos. Capacidad de organizar estructuras organizacionales.
Formación:	Resolución de problemas. Comunicación asertiva. Administración de personal. Planificación. Salud y seguridad ocupacional. Reclutamiento y selección.

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Tabla 39***Descripción de puestos – Limpieza*

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
Puesto:	Limpieza
Jefe inmediato superior:	Jefe Operaciones
Supervisa a:	-
<b>II OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Realizar las actividades de limpieza en las instalaciones, equipos, mobiliario, mediante la utilización de insumos de aseo.	
Velar por las óptimas condiciones de las instalaciones de la empresa.	
<b>III FUNCIONES</b>	
Limpieza de las oficinas administrativas de la empresa. Limpieza de las piscinas.	
Limpieza de los toboganes. Limpieza de las baterías sanitarias, duchas y vestidores.	
Limpieza de las instalaciones en general.	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional:	Bachiller
Experiencia:	6 meses de experiencia
Habilidades:	Receptividad en las instrucciones dadas para el desarrollo de las actividades de limpieza.
	Control de horarios de limpieza en cada una de las atracciones y de las instalaciones en general de la empresa.
	Uso adecuado de herramientas y equipos necesarios para realizar la limpieza en las instalaciones de la empresa.
Formación:	Conocimientos de maneras de uso de insumos de limpieza.
	Conocimientos sobre mezclas de los distintos productos de limpieza para aprovechar al máximo cada uno de ellos.
	Conocimiento de riesgos en el uso de productos químicos de limpieza.

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Tabla 40***Descripción de puestos – Operador*

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
Puesto:	Operador
Jefe inmediato superior:	Jefe Operaciones
Supervisa a:	-
<b>II OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Atender las instalaciones que le sean asignadas.	
Conocer las fichas técnicas de cada atracción.	
Atención a clientes.	
<b>III FUNCIONES</b>	
Proporcionar un servicio adecuado a los clientes brindando las indicaciones necesarias para que las atracciones sean aprovechadas al máximo por los mismo.	
Operar las atracciones que le sean asignadas y de esta manera garantizar el buen uso de las mismas, por parte de los clientes.	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional:	Bachiller
Experiencia:	6 meses de experiencia
Habilidades:	Orientación al cliente.
	Iniciativa.
	Proactividad.
	Habilidades para trabajar en equipo.
	Comunicación efectiva.
Formación:	Aptitudes físicas
	Curso de primeros auxilios, aprobado en los últimos 6 meses.
	Conocimiento sobre el funcionamiento de equipos relaciones con el cargo.
	Cursos de atención al cliente, aprobado en los últimos 6 meses.

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Tabla 41***Descripción de puestos – Salvavidas*

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
Puesto:	Salvavidas
Jefe inmediato superior:	Jefe Operaciones
Supervisa a:	-
<b>II OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Atender las instalaciones que le sean asignadas.	
Conocer las fichas técnicas de cada atracción.	
Atención a clientes.	
<b>III FUNCIONES</b>	
Proporcionar un servicio adecuado a los clientes brindando las indicaciones necesarias para que las atracciones sean aprovechadas al máximo por los mismo.	
Operar las atracciones que le sean asignadas y de esta manera garantizar el buen uso de las mismas, por parte de los clientes.	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional:	Bachiller
Experiencia:	6 meses de experiencia
Habilidades:	Orientación al cliente.
	Iniciativa.
	Proactividad.
	Habilidades para trabajar en equipo.
	Comunicación efectiva.
Formación:	Aptitudes físicas.
	Curso de primeros auxilios, aprobado en los últimos 6 meses.
	Conocimiento sobre el funcionamiento de equipos relaciones con el cargo.
	Cursos de atención al cliente, aprobado en los últimos 6 meses.

*Nota: Elaborado por el autor.*

**Tabla 42***Descripción de puestos – Asistente Contable / Cajero*

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
Puesto:	Asistente Contable / Cajero
Jefe inmediato superior:	Contador
Supervisa a:	-
<b>II OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Mantener actualizada la información financiera contable para la oportuna emisión y entrega de los reportes internos y a otras dependencias mediante el registro correcto de las transacciones que realice la empresa.	
Gestionar transacciones con clientes utilizando sistemas informáticos.	
Cobrar en efectivo o con tarjeta de crédito el valor de la entrada de los clientes al parque acuático.	
Cuadrar caja diariamente.	
<b>III FUNCIONES</b>	
Llevar los registros de libros contables de la empresa.	
Atención a clientes en la entrada de las instalaciones.	
Emisión y entrega de facturas/boletos de entrada.	
Pago de facturas a proveedores.	
Emisión de comprobante de retención.	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>	
Título profesional:	Bachiller contable Cursando estudios superiores en carreras administrativas.
Experiencia:	6 meses de experiencia
Habilidades:	Orientación al cliente. Iniciativa. Proactividad. Comunicación efectiva.
Formación:	Contador Bachiller Autorizado (C.B.A) Cursos de atención al cliente, aprobado en los últimos 6 meses. Cursos de tributación.

*Nota: Elaborado por el autor.*

### 3.4. Control de Gestión

#### 3.4.1. Indicadores de gestión

Los indicadores considerados de manera cuidadosa facilitan estas actividades de seguimiento y evaluación (ISO 9000, 2015, p.15).

Los indicadores de gestión que se detallan en el cuadro a continuación permitirán evaluar en qué medida se consiguen los objetivos estratégicos de la empresa en varios aspectos, estos aportan a la toma acertada de decisiones y dan las pautas necesarias para encaminarse en una mejora continua.

**Tabla 43**

*Indicadores de Gestión*

Área	Descripción	Indicador	
Gerencia General	Mide el incremento o decremento de los clientes del presente período respecto de un período anterior	$\frac{\# \text{ de clientes}}{\# \text{ de clientes período anterior}}$	-1
Gerencia General	Mide el incremento de las ventas de un período respecto de un período anterior	$\frac{\text{Valor ventas período actual}}{\text{Valor ventas período anterior}}$	
Departamento de Operaciones	Determina el tiempo promedio que ha dejado de funcionar una atracción o parte de las instalaciones	$\frac{\text{Tiempo total de mantenimiento}}{\# \text{ de mantenimientos efectuados}}$	
Departamento de Operaciones	Determina en porcentaje de personas que han necesitado apoyo del salvavidas respecto de los días de prestación del servicio	$\frac{\# \text{ de personas que necesitaron apoyo del salvavidas}}{\# \text{ de días laborados}}$	x 100
Departamento Administrativo / Financiero	Mide la satisfacción del cliente respecto de los servicios que proporcionará "WATER WORLD" Aqua Park	$\frac{\# \text{ de clientes satisfechos}}{\# \text{ total de clientes encuestados}}$	
Departamento Administrativo / Financiero	Mide la cantidad de clientes han realizado la encuesta de satisfacción	$\frac{\# \text{ de clientes que han realizado la encuesta de satisfacción}}{\# \text{ total de clientes}}$	

Talento Humano	Mide la permanencia de los trabajadores de la empresa	$\frac{\# \text{ de trabajadores que dejan la empresa}}{\# \text{ total de trabajadores}}$
Talento Humano	Mide la cantidad de empleados que han recibido capacitación sobre las políticas de la empresa	$\frac{\# \text{ trabajadores que han recibido capacitación sobre las políticas de la empresa}}{\# \text{ total de trabajadores}}$
Marketing	Establece cual es el costo de adquisición de un cliente (valor de la inversión realizada para la obtención de un cliente)	$\frac{\text{Valor total de la inversión en marketing}}{\# \text{ de clientes en un período}}$
Marketing	Mide en que grado se utilizó el presupuesto establecido para realizar publicidad del parque acuático	$\frac{\text{Valor utilizado en publicidad}}{\text{Valor presupuestado para publicidad}}$
Contabilidad	Mide en que porcentaje se ha cumplido con los objetivos de ventas propuestos	$\frac{\text{Valor de ventas de un periodo}}{\text{Valor de ventas del periodo anterior}}$
Contabilidad	Mide el incremento o disminución de la transaccionalidad del área de cajas, respecto de un período anterior	$\frac{\# \text{ de transacciones del período actual}}{\# \text{ de transacciones del período anterior}}$

*Nota: Elaborado por el autor.*

### 3.5. Necesidades De Personal

**Tabla 44**

*Necesidad de Personal*

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	1	1	1	1	1
Jefe de Operaciones	1	1	1	1	1
Jefe Administrativo / Financiero	1	1	1	1	1
Analista de Marketing	1	1	1	1	1
Contador	1	1	1	1	1
Analista de Talento Humano	1	1	1	1	1
Limpieza	1	2	2	3	3
Operador	2	2	2	3	3
Salvavidas	2	2	2	3	3
Asistente Contable / Cajero	1	1	1	2	2

*Nota: Elaborado por el autor.*

Para el funcionamiento de “WATER WORLD” Aqua Park, en un tiempo proyectado de 5 años, se estima que se necesitará únicamente a una persona en los cargos de Gerente General, Jefe de Operaciones, Jefe Administrativo / Financiero, Analista de Marketing, Contador y Analista de Talento Humano.

En el cargo de Limpieza se iniciará con una persona para el primer año, se incrementará a dos empleados en los años dos y tres; y, en los dos últimos años se necesitará tres personas. Respecto de los cargos de Operador y Salvavidas, en los tres primeros años se necesitará dos personas; y, en los años cuatro y cinco se incrementará a tres empleados. En el cargo de Asistente Contable / Cajero, se iniciará con una persona en los tres primeros años; y se contratará a una persona más a partir del cuarto año. El incremento del personal de los mencionados cargos será debido al crecimiento de la clientela, ya que esto generará mayor afluencia a las instalaciones del parque acuático.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. Jurídico Legal**

#### **4.1. Objetivos del capítulo**

Identificar los requisitos necesarios para la constitución la compañía “WATER WORLD” Aqua Park dentro del marco de las leyes, normas y reglamentos vigentes en la República del Ecuador.

#### **4.2. Determinación de la forma jurídica**

La forma jurídica de la compañía “WATER WORLD” Aqua Park, será la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S), considerando que ésta es un tipo de compañía mercantil que se puede constituir por una o varias personas naturales o jurídicas; y, que tiene por objetivo primordial impulsar la economía mediante la formalización de los emprendimientos, constituyéndolos en sujetos de crédito y con ello ampliar sus procesos productivos. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2020)

#### **4.3. Constitución en la Superintendencia de Compañías**

- Registro de usuario en el portal web institucional ([www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)).

- Reserva de Denominación a través del portal web institucional para el tipo de compañía S.A.S. (en la reserva se deberá agregar todos los códigos CIU de las actividades a realizar, o por lo menos uno y además se deberá agregar la dirección de funcionamiento de la compañía y demás datos generales).
- Ingresar al Portal de Constitución Electrónica de Sociedades por Acciones Simplificadas.
- Llenar el cuestionario de legalidad del proceso.
- Llenar información requerida para constitución de S.A.S.
- Generar y firmar electrónicamente el contrato, nombramientos y documento anexo de legalidad.
- Generar razones de Inscripción.
- Remitir al S.R.I. para validar y generar RUC.
- Remitir el número de RUC al sistema de Constitución electrónica.
- Grabar información en la base de datos de registro de Sociedades.
- Notificar y finalizar trámite.

#### **4.4. Servicio de Rentas Internas**

El Servicio de Rentas Internas (2021), señala en su página web institucional que la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes; así como la obtención de la clave de acceso a los servicios en línea de las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS) será automática; gracias a la implementación de un proceso de validación instantánea de información entre el Servicio de Rentas Internas y la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

El número de RUC se generará automáticamente y la clave para servicios en línea se enviará al correo electrónico registrado en la solicitud de inscripción en línea ingresada en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

No obstante de lo indicado en los párrafos precedentes, los documentos necesarios para la obtención del Registro Único de Contribuyentes para Sociedades son:

**Tabla 45**

*Requisitos para obtención del RUC*

<b>No.</b>	<b>Requisitos obtención del RUC Sociedades</b>
1	Presentación de la cédula de identidad o Pasaporte ordinario.
2	Presentación del certificado de votación o Certificado de presentación.
3	Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.
4	Escritura pública de constitución.
5	Nombramiento del representante legal
6	Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) Sociedades

*Nota: Elaborado por el autor. La información fue extraída de la página web institucional del Servicio de Rentas Internas del Ecuador.*

#### **4.5. GAD del Distrito Metropolitano de Quito**

El Registro de Actividades Económicas (RAET) debe ser obtenido por todas las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la jurisdicción del GAD del Distrito Metropolitano de Quito, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales (Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, 2022, p.411).

Cabe mencionar que, con la obtención del registro antes citado, la empresa WATER WORLD” Aqua Park se convierte en sujeto pasivo de los Impuestos de Patente Municipal y 1.5 por mil sobre los Activos Totales; por lo que estará en la obligación de realizar las declaraciones y por ende la creación de los mencionados tributos. A continuación, se detalla los requisitos para la obtención del RAET:

- Presentación de la cédula original o pasaporte para verificación de información.
- Formulario de inscripción al Registro único de Actividades Económicas (RAET), firmado por el contribuyente o representante legal (sociedades).
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia u original de una planilla de servicios básicos donde ejecuta la actividad económica, o de ser el caso el contrato de arrendamiento legalizado.
- Presentación del RUC del contribuyente.
- Presentación del RUC del contador. (Personas Naturales o Jurídicas obligadas a llevar contabilidad).
- Presentación de la escritura pública de constitución de la Compañía inscrita en el Registro Mercantil.
- Copia del nombramiento vigente del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

#### **4.6. Proceso para Registro en el IESS nuevo empleador**

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (2022), en su página web institucional, señala que el proceso a realizar para el registro de un nuevo empleador es el siguiente:

- Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral: (solicitud de clave para Empleador).
- Ingresar a la página web del IESS [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec).
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.

- Posterior se debe dirigir a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, para obtener la clave patronal.

#### **4.7. Proceso de registro de dependientes por parte del empleador En el IESS**

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (2022), a través de su página institucional señala que los pasos a seguir para realizar el registro de aviso de entrada son:

- Ingresar a la página [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec).
- Seleccionar la opción empleadores /servicios en línea.
- Aviso de entrada y salida.
- Ingresar al sistema con el número de cédula y clave del empleador.
- Seleccionar la opción registro de novedades / aviso de entrada.
- Ingresar número de cédula del afiliado.
- Llenar los datos que solicita el sistema y pulsar la opción ACEPTAR.
- Validar y enviar.

#### **4.8. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales**

##### ***4.8.1. Licencia ambiental***

La Licencia Ambiental se emite conforme lo establecido en la normativa legal aplicable al caso (Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, 2022), tomando como base la legislación ambiental nacional. Este es otorgado por la Secretaría del Ambiente a los proyectos, obras o actividades que causen impacto ambiental mediano y alto.

Están obligados a obtener el permiso ambiental todas las personas nacionales o extranjeras, organizaciones que a cuenta propia o a través de terceros desempeñen en la Jurisdicción del Distrito Metropolitano de Quito, de forma regular o accidental, actividades

económicas o profesionales que tengan el potencial de afectar la calidad de los recursos naturales como resultado de sus acciones u omisiones, los requisitos para obtener dicha licencia son:

- Presentación de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- Nombramiento del representante legal.
- Copia de Registro de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. }
- Certificado de Intersección.
- Estudio de Impacto Ambiental.
- Informe de Sistematización del Proceso de Participación Ciudadana.
- Pago por servicios administrativos.
- Póliza o garantía por responsabilidades ambientales.
- Permiso de uso y aprovechamiento de agua – SENAGUAA.

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

La Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE es el permiso de funcionamiento que otorga el GAD del Distrito Metropolitano de Quito, a las personas jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras con un establecimiento en la jurisdicción del GAD del Distrito Metropolitano de Quito. Este permiso se otorga mediante dos procesos que son de Emisión y Renovación. (Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, 2022, p.507)

Para el caso de WATER WORLD” Aqua Park se realizará el proceso de Emisión, que consiste en otorgar la LUAE en función de las características de la actividad económica y ubicación del establecimiento. Para la emisión de la LUAE se aplicará al proceso denominado “**Ordinario (Actividades Económicas Turísticas)**”, donde la Autoridad Otorgante es la Administración Zonal a donde pertenece el establecimiento y las inspecciones

de cumplimiento de reglas técnicas de los Componentes de la LUAE, son obligatorias y previas a la entrega de la Licencia. Los requisitos para poder obtener la LUAE son:

- Obtención del Registro de Actividades Económicas Tributarias RAET.
- Formulario de Solicitud LUAE (Generado del sistema informático de LUAE).
- Cédula original del titular o Representante legal.
- RUC original.

#### ***4.8.3. Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)***

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) otorga el permiso de funcionamiento a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.

El procedimiento de Obtención de Permiso de Funcionamiento es:

- Ingresar al sistema informático de la ARCSA con usuario y contraseña; en caso de no contar con el usuario, se debe proceder con el registro en el mismo sitio web.
- Relizado el registro, se podrá obtener el permiso de funcionamiento, en base a las siguientes directrices:
  - Obtención Permiso de funcionamiento (descarga PDF).
  - Formulario (adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento).
  - Se emite una orden de pago, misma que debe ser cancelada 24 horas posteriores a la de su generación, pago a realizarse en la cuenta perteneciente al ARCSA.

- Una vez validado el pago, se puede imprimir el Permiso Anula de Funcionamiento.

#### ***4.8.4. Registro Turístico en Quito Turismo***

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, es la entidad encargada de realizar el Registro Turístico en la Jurisdicción del Distrito Metropolitano de Quito. El Registro Turístico es la herramienta de gestión administrativa en la que se encuentran inscritas todas las personas naturales, jurídicas o comunidades que realicen actividades turísticas.

Consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades en el cual se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

#### ***4.8.5. Registro de Marcas de Productos y Servicios único para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras***

Este registro está destinado a las personas naturales o jurídicas, sean de nacionalidad ecuatoriana o extranjera, de derecho público o privado o cualquier tipo de asociaciones relacionadas con actividades de la economía social de los conocimientos, creatividad e innovación; que deseen gestionar cualquier tipo de derecho intelectual. La entidad encargada de realizar este registro es el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI). Los pasos a seguir para obtener este registro son:

- Generar la solicitud en línea en el Portal del SENADI, con los requisitos básicos necesarios a fin de reproducir el comprobante de pago.
- Pagar la tasa correspondiente en el Banco del Pacífico.
- Iniciar el proceso de registro de la marca en el portal del SENADI.

- Retirar el título, en el caso de ser concedido.

Cabe mencionar que el costo por la realización de este trámite es de USD \$ 208,00 (doscientos ocho dólares).

#### ***4.8.6. Constitución Fideicomiso de Garantía “WATER WORLD” Aqua Park***

El Fideicomiso de Garantía “WATER WORLD” Aqua Park será creado con el objetivo de transferir bienes de los socios a nombre del citado fideicomiso, para de esta manera generar un patrimonio autónomo con el que se pueda garantizar obligaciones crediticias, en otras palabras, sirve como segunda fuente de pago de obligaciones en el caso de incumplimiento. Lo requisitos para su constitución se detallan a continuación.

- Solicitud de constitución de Fideicomiso, la que entre otras cosas debe contener los bienes a transferir por cada accionista, instrucciones, inversión, plazo del fideicomiso o condiciones de termino.
- Documentación de constitución de la empresa, incluyendo estatutos de la sociedad, última acta de asamblea, copia de documentos de identidad vigentes.
- Certificación de propiedad.
- Avalúo realizado por un técnico perito especializado.
- Documentación legal del propietario de los terrenos.
- Copia del documento que certifique la propiedad de mueble, de ser el caso.

El costo de la constitución del Fideicomiso de Garantía “WATER WORLD” Aqua Park es de USD \$ 500,00, valor promedio en los tarifarios de las empresas Administradoras de Fondos y Fideicomisos de Ecuador.

## **CAPITULO V**

### **5. Evaluación Financiera**

#### **5.1. Objetivos del capítulo**

Establecer la factibilidad del presente plan de negocios, determinando las cifras reales; así como los valores proyectados en un horizonte de cinco años; y, de esta manera identificar si este proyecto se considera sostenible, con la utilización de un estudio financiero el cual incluye un plan de inversiones, financiamiento, proyección de costos y gastos; y, evaluación financiera, utilizados para la puesta en marcha de la Compañía “WATER WORLD” Aqua Park.

#### **5.2. Plan de inversiones**

Según Gitman & Joehnk (2009) en su libro Fundamentos de Inversiones, un plan de inversiones es un documento que describe cómo se invertirán los fondos y especifica la fecha programada para lograr cada meta de inversión, así como la cantidad de riesgo tolerable. A continuación, un detalle del plan de inversiones a utilizarse para la Compañía “WATER WORLD” Aqua Park:

**Tabla 46***Plan de Inversión*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total (US\$)</b>
<b>Muebles y Enseres</b>			
Counter de recepción	1	75,00	75,00
Escritorio oficina	3	65,00	195,00
Sillas de oficina	4	25,00	100,00
Baterías sanitarias	10	35,00	350,00
Lavabo de manos	10	25,00	250,00
Archivador	2	80,00	160,00
Mesa de plástico	15	35,00	525,00
Sillas de plástico	60	5,00	300,00
Parasoles	15	10,00	150,00
Sillas de salvavidas	2	25,00	50,00
Extintores	3	15,00	45,00
Mega tobogán	1	10.150,00	10.150,00
Tobogán gigante	2	3.900,00	7.800,00
Tobogán mediano	2	1.810,00	3.620,00
Estructura Toboganes	1	7.000,00	7.000,00
Castillo temático piscina	1	295,00	295,00
Balde de agua gigante piscina	1	225,00	225,00
Puente temático piscina	1	240,00	240,00
Aspersores de agua piscina	10	5,00	50,00
Figuras temáticas piscinas	10	150,00	1.500,00
<b>Equipos de Computación</b>			
Computador de escritorio	4	250,00	1.000,00
Impresora de oficina EPSON	2	300,00	600,00
<b>Maquinaria y Equipos</b>			
Herramientas para mantenimiento	1	150,00	150,00
Paneles solares	65	276,93	18.000,00
Máquina de Olas Artificiales	1	8.000,00	8.000,00
Herramientas instalación	1	2.000,00	2.000,00
<b>Equipos de Oficina</b>			
Caja registradora	1	50,00	50,00
Cámaras de Seguridad	1	175,00	175,00
<b>Bienes inmuebles</b>			
Terreno	1	100.000,00	100.000,00
Edificios	1	63.840,00	63.840,00
Piscina agua temperada	2	44.500,00	89.000,00
Piscina olas artificiales	1	22.300,00	22.300,00
Piscina polar	1	8.000,00	8.000,00
Sauna	1	7.200,00	7.200,00
Turco	1	7.200,00	7.200,00

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total (US\$)</b>
Hidromasaje	1	8.050,00	8.050,00
<b>Gastos de Constitución</b>			
Gastos de Constitución (Varios)	1	1.296,00	1.296,00
<b>Instalaciones y Remodelaciones</b>			
Puertas de aluminio	20	120,00	2.400,00
Focos LED	10	2,75	27,50
<b>Gastos Varios</b>			
Mano de obra varias instalaciones	1	900,00	900,00
<b>Capital de trabajo</b>			
Sueldos y Salarios	3	7.200,00	21.600,00
Décimo Tercer Sueldo	3	587,50	1.762,50
Décimo Cuarto Sueldo	3	35,42	106,25
Servicios Básicos - Agua	3	196,00	588,00
Servicios Básicos - Energía Eléctrica	3	175,00	525,00
Suministros de Oficina	3	50,00	150,00
Útiles de Limpieza	3	75,00	225,00
Publicidad	3	1.390,00	4.170,00
<b>Total Inversión Inicial</b>			<b>403.295,25</b>

*Nota: Elaborado por el autor*

El capital de trabajo se determinó en un valor de USD \$ 28.676,75. que corresponde a los rubros de sueldos y salarios, beneficios sociales, servicios básicos, suministros de oficina, útiles de limpieza y publicidad, establecidos para los tres primeros meses de operación de “WATER WORLD” Aqua Park.

### **5.3. Cálculo de Costos y Gastos**

#### **5.3.1. Mano de Obra**

En el cuadro a continuación se detalla el costo mensual de la mano de obra que se utilizará para que la Compañía “WATER WORLD” Aqua Park realice sus actividades de prestación de servicios. En el cual se considera a todo el personal que formará parte de la empresa, es decir desde el área de operaciones, que tienen dentro de sus funciones principales el velar por el correcto funcionamiento de las instalaciones; así como del área administrativa.

**Tabla 47***Nómina de Personal – Mano de Obra*

<b>Ord.</b>	<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Cargo</b>	<b>Código</b>	<b>SBU</b>	<b>Ingresos Otros</b>	<b>Total Ingresos</b>	<b>Varios</b>	<b>Descuentos 9,45%</b>	<b>Total Descuentos</b>	<b>Valor a pagar</b>
1	David Encalada	Gerente General	MO-010101	1050,00	0,00	1050,00	0,00	99,23	99,23	950,77
2	José Obando	Jefe de Operaciones	MO-010201	800,00	0,00	800,00	0,00	75,60	75,60	724,40
3	Luis Tapia	Jefe Administrativo Financiero	MO-010301	800,00	0,00	800,00	0,00	75,60	75,60	724,40
4	Pedro Játiva	Contador	MO-010302	800,00	0,00	800,00	0,00	75,60	75,60	724,40
5	Elena Perlaza	Analista de Marketing	MO-010303	600,00	0,00	600,00	0,00	56,70	56,70	543,30
6	Vanessa Arias	Analista de Talento Humano	MO-010304	600,00	0,00	600,00	0,00	56,70	56,70	543,30
7	Johanna Ortiz	Limpieza	MO-010202	425,00	0,00	425,00	0,00	40,16	40,16	384,84
8	Matías López	Operador 1	MO-010203	425,00	0,00	425,00	0,00	40,16	40,16	384,84
9	Jorge Espinoza	Operador 2	MO-010204	425,00	0,00	425,00	0,00	40,16	40,16	384,84
10	Marcelo Torres	Salvavidas 1	MO-010205	425,00	0,00	425,00	0,00	40,16	40,16	384,84
11	Jacinto Robles	Salvavidas 2	MO-010206	425,00	0,00	425,00	0,00	40,16	40,16	384,84
12	Fernanda Haro	Asistente Contable / Cajero	MO-010305	425,00	0,00	425,00	0,00	40,16	40,16	384,84
<b>Total</b>				<b>7.200,00</b>	<b>0,00</b>	<b>7.200,00</b>	<b>0,00</b>	<b>680,39</b>	<b>680,39</b>	<b>6.519,61</b>

*Nota: Elaborado por el autor*

**Tabla 48***Provisiones Beneficios de Ley del primer año*

<b>Or d.</b>	<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Cargo</b>	<b>Provisiones Patronal 11,15%</b>	<b>SECAP 0,50%</b>	<b>IECE 0,50%</b>	<b>XIII Sueldo</b>	<b>XIV Sueldo</b>	<b>Fondo Reserva</b>	<b>Vacaci ones</b>	<b>Total Provisión</b>	<b>Costo Mano de Obra</b>
1	David Encalada	Gerente General	117,08	5,25	5,25	87,50	35,42	-	43,75	294,24	1.344,24
2	José Obando	Jefe de Operaciones	89,20	4,00	4,00	66,67	35,42	-	33,33	232,62	1.032,62
3	Luis Tapia	Jefe Administrativo Financiero	89,20	4,00	4,00	66,67	35,42	-	33,33	232,62	1.032,62
4	Pedro Jativa	Contador	89,20	4,00	4,00	66,67	35,42	-	33,33	232,62	1.032,62
5	Elena Perlaza	Analista de Marketing	66,90	3,00	3,00	50,00	35,42	-	25,00	183,32	783,32
6	Vanessa Arias	Analista de Talento Humano	66,90	3,00	3,00	50,00	35,42	-	25,00	183,32	783,32
7	Johanna Ortiz	Limpieza	47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	-	17,71	140,18	565,18
8	Matías López	Operador 1	47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	-	17,71	140,18	565,18
9	Jorge Espinoza	Operador 2	47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	-	17,71	140,18	565,18
10	Marcelo Torres	Salvavidas 1	47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	-	17,71	140,18	565,18
11	Jacinto Robles	Salvavidas 2	47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	-	17,71	140,18	565,18
12	Fernanda Haro	Asistente Contable / Cajero	47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	-	17,71	140,18	565,18
<b>Totales</b>			<b>802,80</b>	<b>36,00</b>	<b>36,00</b>	<b>600,00</b>	<b>425,00</b>	<b>0,00</b>	<b>300,00</b>	<b>2.199,80</b>	<b>9.399,80</b>
<b>Costo Mensual Mano de Obra</b>											<b>9.399,80</b>

*Nota: Elaborado por el autor*

**Tabla 49***Provisiones Beneficios de Ley del segundo del quinto año*

<b>Ord.</b>	<b>Apellidos Y nombres</b>	<b>Cargo</b>	<b>Aporte Patronal 11,15%</b>	<b>SECAP 0,50%</b>	<b>IECE 0,50%</b>	<b>XIII Sueldo</b>	<b>XIV Sueldo</b>	<b>Fondo Reserva</b>	<b>Vacac.</b>	<b>Total Provisión</b>	<b>Costo Mano de Obra</b>
1	David Encalada	Gerente General	117,08	5,25	5,25	87,50	35,42	87,50	43,75	381,74	1.431,74
2	José Obando	Jefe de Operaciones	89,20	4,00	4,00	66,67	35,42	66,67	33,33	299,28	1.099,28
3	Luis Tapia	Jefe Administrativo Financiero	89,20	4,00	4,00	66,67	35,42	66,67	33,33	299,28	1.099,28
4	Pedro Játiva	Contador	89,20	4,00	4,00	66,67	35,42	66,67	33,33	299,28	1.099,28
5	Elena Perlaza	Analista de Marketing	66,90	3,00	3,00	50,00	35,42	50,00	25,00	233,32	833,32
6	Vanessa Arias	Analista de Talento Humano	66,90	3,00	3,00	50,00	35,42	50,00	25,00	233,32	833,32
7	Johanna Ortiz	Limpieza	47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	35,42	17,71	175,62	600,62
8	Matías López	Operador 1	47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	35,42	17,71	175,62	600,62
9	Jorge Espinoza	Operador 2	47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	35,42	17,71	175,62	600,62
10	Marcelo Torres	Salvavidas 1	47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	35,42	17,71	175,62	600,62
11	Jacinto Robles	Salvavidas 2	47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	35,42	17,71	175,62	600,62
12	Fernanda Haro	Asistente Contable / Cajero	47,39	2,13	2,13	35,42	35,42	35,42	17,71	175,62	600,62
<b>Total</b>			<b>802,82</b>	<b>36,03</b>	<b>36,06</b>	<b>600,03</b>	<b>425,00</b>	<b>600,03</b>	<b>300,00</b>	<b>2.799,94</b>	<b>9.999,94</b>
										<b>Costo Mensual Mano de Obra 9.999,94</b>	

*Nota: Elaborado por el autor*

### 5.3.2. Depreciación

Según Gitman, Lawrence J. (2007), la depreciación es el cargo sistemático de una parte de los costos de los activos fijos frente a los ingresos anuales a través del tiempo; es decir, es la reducción del valor del activo fijo, sea en calidad, valor monetario o precio, debido al uso, obsolescencia y principalmente por causa del paso del tiempo. En la tabla a continuación se detalla la depreciación que sufren los activos fijos de “WATER WORLD” Aqua Park:

**Tabla 50**

*Depreciación de activos fijos*

<b>Detalle del bien</b>	<b>Vida útil</b>	<b>Valor</b>	<b>% de Depreciación</b>	<b>Depreciación anual</b>
Counter de recepción	10	75,00	10%	7,50
Escritorio oficina	10	195,00	10%	19,50
Sillas de oficina	10	100,00	10%	10,00
Barreras sanitarias	10	350,00	10%	35,00
Lavabo de manos	10	250,00	10%	25,00
Archivador	10	160,00	10%	16,00
Mesa de plástico	10	525,00	10%	52,50
Sillas de plástico	10	300,00	10%	30,00
Parasoles	10	150,00	10%	15,00
Sillas de salvavidas	10	50,00	10%	5,00
Mega tobogán	10	10.150,00	10%	1.015,00
Tobogán gigante	10	7.800,00	10%	780,00
Tobogán mediano	10	3.620,00	10%	362,00
Castillo temático piscina	10	295,00	10%	29,50
Balde de agua gigante piscina	10	225,00	10%	22,50
Puente temático piscina	10	240,00	10%	24,00
Aspersores de agua piscina	5	50,00	20%	10,00
Figuras temáticas piscinas	10	1.500,00	10%	150,00
Computador de escritorio	3	1.000,00	33%	333,33
Impresora de oficina EPSON	3	600,00	33%	200,00
Herramientas para mantenimiento	5	150,00	20%	30,00
Paneles solares	5	18.000,00	20%	3.600,00
Máquina de Olas Artificiales	5	8.000,00	20%	1.600,00
Caja registradora	10	50,00	10%	5,00
Cámaras de Seguridad	3	175,00	33%	58,33
Edificios	20	63.840,00	5%	3.192,00
Piscina agua temperada	20	44.500,00	5%	2.225,00
Piscina olas artificiales	20	22.300,00	5%	1.115,00
Piscina polar	20	8.000,00	5%	400,00
Sauna	20	7.200,00	5%	360,00

Turco	20	7.200,00	5%	360,00
Hidromasaje	20	8.050,00	5%	402,50
<b>Total</b>		<b>215.100,00</b>		<b>16.489,67</b>

*Nota: Elaborado por el autor*

### 5.3.3. Proyección de la depreciación

**Tabla 51**

*Proyección de la Depreciación*

<b>Detalle del bien</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Counter de recepción	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50
Escritorio oficina	19,50	19,50	19,50	19,50	19,50
Sillas de oficina	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Barreras sanitarias	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00
Lavabo de manos	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Archivador	16,00	16,00	16,00	16,00	16,00
Mesa de plástico	52,50	52,50	52,50	52,50	52,50
Sillas de plástico	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Parasoles	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Sillas de salvavidas	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Mega tobogán	1.015,00	1.015,00	1.015,00	1.015,00	1.015,00
Tobogán gigante	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00
Tobogán mediano	362,00	362,00	362,00	362,00	362,00
Castillo temático piscina	29,50	29,50	29,50	29,50	29,50
Balde de agua gigante piscina	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50
Puente temático piscina	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
Aspersores de agua piscina	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Figuras temáticas piscinas	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Computador de escritorio	333,33	333,33	333,33	-	-
Impresora de oficina EPSON	200,00	200,00	200,00	-	-
Herramientas para mantenimiento	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Paneles solares	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Máquina de Olas Artificiales	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
Caja registradora	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Cámaras de Seguridad	58,33	58,33	58,33	-	-
Edificios	3.192,00	3.192,00	3.192,00	3.192,00	3.192,00
Piscina agua temperada	2.225,00	2.225,00	2.225,00	2.225,00	2.225,00
Piscina olas artificiales	1.115,00	1.115,00	1.115,00	1.115,00	1.115,00
Piscina polar	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Sauna	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Turco	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Hidromasaje	402,50	402,50	402,50	402,50	402,50
<b>Total</b>	<b>16.489,67</b>	<b>16.489,67</b>	<b>16.489,67</b>	<b>15.898,00</b>	<b>15.898,00</b>

*Nota: Elaborado por el autor*

### 5.3.4. Detalle de Costos

En la tabla que se muestra a continuación, se muestra los costos operativos, mano de obra directa, mano de obra indirecta; así como también los valores que corresponden a los insumos y servicios básicos utilizados para la prestación de los servicios de “WATER WORLD” Aqua Park.

**Tabla 52**

*Detalle de Costos*

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad Mensual requerida	Costos Unitario	Costo mensual	Costo anual
<b>Materiales Directos</b>					
Útiles de Limpieza	Unidad	1,00	75,00	75,00	900,00
				<b>Total</b>	<b>900,00</b>
<b>Materiales Indirectos</b>					
Uniformes Per. de Limpieza	Unidad	0,33	15,00	5,00	60,00
Uniformes Operadores	Unidad	0,33	15,00	5,00	60,00
Uniformes Salvavidas	Unidad	0,33	15,00	5,00	60,00
Uniformes Cajera	Unidad	0,33	15,00	5,00	60,00
Mascarillas	Caja 50 u.	2,50	2,50	6,25	75,00
				<b>Total</b>	<b>315,00</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>					
Limpieza	Unidad	1,00	565,18	565,18	6.782,15
Operador 1	Unidad	1,00	565,18	565,18	6.782,15
Operador 2	Unidad	1,00	565,18	565,18	6.782,15
Salvavidas 1	Unidad	1,00	565,18	565,18	6.782,15
Salvavidas 2	Unidad	1,00	565,18	565,18	6.782,15
				<b>Total</b>	<b>33.910,75</b>
<b>Mano de Obra Indirecta</b>					
Jefe de Operaciones	Unidad	1,00	1.032,62	1.032,62	12.391,40
				<b>Total</b>	<b>12.391,40</b>

<b>Servicios Básicos para Prestación del Servicio</b>					
Agua	Mtr3	632	0,31	196,00	2.352,00
Energía Eléctrica	Kw / hr	1676	0,1044	175,00	2.100,00
				<b>Total</b>	<b>4.452,00</b>

<b>Depreciación Equipos para Prestación del Servicio</b>					
Mega tobogán	Unidad	1,00	10.150,00	84,58	1.015,00
Tobogán gigante	Unidad	1,00	7.800,00	65,00	780,00
Tobogán mediano	Unidad	1,00	3.620,00	30,17	362,00
Castillo temático piscina	Unidad	1,00	295,00	2,46	29,50
Balde de agua gigante piscina	Unidad	1,00	225,00	1,88	22,50
Puente temático piscina	Unidad	1,00	240,00	2,00	24,00
Aspersores de agua piscina	Unidad	1,00	50,00	0,83	10,00
Figuras temáticas piscinas	Unidad	1,00	1.500,00	12,50	150,00
Herramientas para manten.	Unidad	1,00	150,00	2,50	30,00
Paneles solares	Unidad	1,00	18.000,00	300,00	3.600,00
Máquina de Olas Artificiales	Unidad	1,00	8.000,00	133,33	1.600,00
Edificios	Unidad	1,00	63.840,00	266,00	3.192,00
Piscina agua temperada	Unidad	1,00	44.500,00	185,42	2.225,00
Piscina olas artificiales	Unidad	1,00	22.300,00	92,92	1.115,00
Piscina polar	Unidad	1,00	8.000,00	33,33	400,00
Sauna	Unidad	1,00	7.200,00	30,00	360,00
Turco	Unidad	1,00	7.200,00	30,00	360,00
Hidromasaje	Unidad	1,00	8.050,00	33,54	402,50
				<b>Total</b>	<b>15.677,50</b>

*Nota: Elaborado por el autor*

### **5.3.5. Proyección de Costos**

Para realizar la proyección de costos en un horizonte de cinco años, se toma como base la información descrita en el cuadro que precede, separando los costos fijos y costos variables. Además, se utilizará el indicador de la tasa promedio de inflación a marzo del año 2022, que es del 2,64% según información proporcionada por el Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censo (2022), como se muestra a continuación:

**Tabla 53***Tasa promedio de Inflación*

<b>Mes Corte</b>	<b>% Inflación</b>
Marzo 2022	2,64%

*Nota: Elaborado por el autor. Información extraída de la página web del Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censo.*

**Tabla 54***Proyección de costos*

<b>Descripción</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costos</b>		<b>Total año 1</b>
		<b>Fijos</b>	<b>Variables</b>	
Materiales Directos	75,00		900,00	900,00
Materiales Indirectos	26,25		315,00	315,00
Mano de Obra Directa	2.825,90		33.910,75	33.910,75
Mano de Obra Indirecta	1.032,62	12.391,40		12.391,40
Servicios Básicos para Prestación del Servicio	371,00		4.452,00	4.452,00
Depreciación Equipos para Prestación del Servicio	1.306,46	15.677,50		15.677,50
<b>Totales</b>		<b>28.068,90</b>	<b>39.577,75</b>	<b>67.646,65</b>

<b>Descripción</b>	<b>Costos</b>		<b>Total año 2</b>
	<b>Fijos</b>	<b>Variables</b>	
Materiales Directos		923,76	923,76
Materiales Indirectos		323,32	323,32
Mano de Obra Directa		36.987,30	36.987,30
Mano de Obra Indirecta	13.539,69		13.539,69
Servicios Básicos para Prestación del Servicio		4.569,53	4.569,53
Depreciación Equipos para Prestación del Servicio	15.677,50		15.677,50
<b>Totales</b>	<b>29.217,19</b>	<b>42.803,91</b>	<b>72.021,10</b>

<b>Descripción</b>	<b>Costos</b>		<b>Total año 3</b>
	<b>Fijos</b>	<b>Variables</b>	
Materiales Directos		948,15	948,15
Materiales Indirectos		331,85	331,85
Mano de Obra Directa		37.963,76	37.963,76
Mano de Obra Indirecta	13.897,14		13.897,14
Servicios Básicos para Prestación del Servicio		4.690,17	4.690,17
Depreciación Equipos para Prestación del Servicio	15.677,50		15.677,50
<b>Totales</b>	<b>29.574,64</b>	<b>43.933,93</b>	<b>73.508,57</b>

Descripción	Costos		Total año 4
	Fijos	Variables	
Materiales Directos		973,18	973,18
Materiales Indirectos		340,61	340,61
Mano de Obra Directa		38.966,01	38.966,01
Mano de Obra Indirecta	14.264,03		14.264,03
Servicios Básicos para Prestación del Servicio		4.813,99	4.813,99
Depreciación Equipos para Prestación del Servicio	15.677,50		15.677,50
<b>Totales</b>	<b>29.941,53</b>	<b>45.093,79</b>	<b>75.035,31</b>

Descripción	Costos		Total año 5
	Fijos	Variables	
Materiales Directos		998,87	998,87
Materiales Indirectos		349,60	349,60
Mano de Obra Directa		39.994,71	39.994,71
Mano de Obra Indirecta	14.640,60		14.640,60
Servicios Básicos para Prestación del Servicio		4.941,08	4.941,08
Depreciación Equipos para Prestación del Servicio	15.677,50		15.677,50
<b>Totales</b>	<b>30.318,10</b>	<b>46.284,26</b>	<b>76.602,36</b>

*Nota: Elaborado por el autor*

### 5.3.6. Detalle de Gastos

**Tabla 55**

*Detalle de gastos*

Gastos Administrativos					
Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
<b>Sueldos del personal</b>					
Gerente General	Unidad	1,00	24,10%	1.344,24	16.130,90
Jefe Administrativo Financiero	Unidad	1,00	18,52%	1.032,62	12.391,40
Contador	Unidad	1,00	18,52%	1.032,62	12.391,40
Analista de Marketing	Unidad	1,00	14,05%	783,32	9.399,80
Analista de Talento Humano	Unidad	1,00	14,05%	783,32	9.399,80
Asistente Contable / Cajero	Unidad	1,00	10,77%	600,62	7.207,44
<b>Totales</b>			<b>100%</b>	<b>5.576,73</b>	<b>66.920,74</b>
<b>Depreciaciones</b>					
Counter de recepción	Unidad	1,00	0,92%	0,63	7,50
Escritorio oficina	Unidad	1,00	2,40%	1,63	19,50
Sillas de oficina	Unidad	1,00	1,23%	0,83	10,00
Barrerías sanitarias	Unidad	1,00	4,31%	2,92	35,00
Lavabo de manos	Unidad	1,00	3,08%	2,08	25,00
Archivador	Unidad	1,00	1,97%	1,33	16,00
Mesa de plástico	Unidad	1,00	6,46%	4,38	52,50
Sillas de plástico	Unidad	1,00	3,69%	2,50	30,00
Parasoles	Unidad	1,00	1,85%	1,25	15,00

Sillas de salvavidas	Unidad	1,00	0,62%	0,42	5,00
Computador de escritorio	Unidad	1,00	41,04%	27,78	333,33
Impresora de oficina EPSON	Unidad	1,00	24,63%	16,67	200,00
Caja registradora	Unidad	1,00	0,62%	0,42	5,00
Cámaras de Seguridad	Unidad	1,00	7,18%	4,86	58,33
<b>Totales</b>			<b>100%</b>	<b>67,68</b>	<b>812,17</b>
<b>Suministros de oficina</b>					
Resmas de papel	Unidad	5	30,00%	15,00	180,00
Carpetas	Unidad	200	8,00%	4,00	48,00
Esferos	Unidad	50	15,00%	7,50	90,00
Tarjetas de presentación	Unidad	200	20,00%	10,00	120,00
Agendas	Unidad	10	10,00%	5,00	60,00
Sobre manila	Unidad	200	10,00%	5,00	60,00
Tinta de impresora	Unidad	1	7,00%	3,50	42,00
<b>Totales</b>				<b>50,00</b>	<b>600,00</b>
<b>Gastos de Constitución</b>					
Gastos de Constitución	Unidad	1			1.296,00
<b>Totales</b>					<b>1.296,00</b>
<b>Total Gastos Administrativos</b>					<b>73.478,91</b>
<b>Gastos de Ventas</b>					
Publicidad	Unidad	1.390,00	100,00%	1.390,00	16.680,00
<b>Totales</b>			<b>100,00%</b>	<b>1.390,00</b>	<b>16.680,00</b>
<b>Total Gastos de Ventas</b>					<b>16.680,00</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Intereses pagados	Moneda	1,00	100%	2.625,74	31.508,88
<b>Totales</b>			<b>100%</b>	<b>2.625,74</b>	<b>31.508,88</b>
<b>Total Gastos Financieros</b>					<b>31.508,88</b>
<b>Total Gastos</b>				<b>9.710,15</b>	<b>117.817,79</b>

*Nota: Elaborado por el autor*

### 5.3.7. Proyección Gastos

De la misma manera, para realizar la proyección de gastos en un horizonte de cinco años, se toma como base la información del cuadro que antecede, identificando por separado los gastos fijos y gastos variables: asimismo, se considerará el indicador de la tasa promedio de inflación (información que se encuentran contenida en la Tabla No. 53), conforme el siguiente detalle:

**Tabla 56***Proyección de gastos*

<b>Descripción</b>	<b>Gasto</b>		<b>Total año 1</b>
	<b>Fijos</b>	<b>Variables</b>	
Gastos Administrativos	67.520,74	-	67.520,74
Gastos de Constitución	1.296,00	-	1.296,00
Depreciación	812,17	-	812,17
Gastos de Ventas	-	16.680,00	16.680,00
Gastos Financieros	-	31.508,88	31.508,88
<b>Total</b>			<b>117.817,79</b>

<b>Descripción</b>	<b>Gasto</b>		<b>Total año 2</b>
	<b>Fijos</b>	<b>Variables</b>	
Gastos Administrativos	69.303,29	-	69.303,29
Gastos de Constitución	-	-	-
Depreciación	812,17	0,00	812,17
Gastos de Ventas	-	17.120,35	17.120,35
Gastos Financieros	-	25.867,44	25.867,44
<b>Total</b>			<b>113.103,24</b>

<b>Descripción</b>	<b>Gasto</b>		<b>Total año 3</b>
	<b>Fijos</b>	<b>Variables</b>	
Gastos Administrativos	71.132,89	-	71.132,89
Gastos de Constitución	-	-	-
Depreciación	812,17	0,00	812,17
Gastos de Ventas	-	17.572,33	17.572,33
Gastos Financieros	-	19.558,81	19.558,81
<b>Total</b>			<b>109.076,20</b>

<b>Descripción</b>	<b>Gasto</b>		<b>Total año 4</b>
	<b>Fijos</b>	<b>Variables</b>	
Gastos Administrativos	73.010,80	-	73.010,80
Gastos de Constitución	-	-	-
Depreciación	220,50	0,00	220,50
Gastos de Ventas	-	18.036,24	18.036,24
Gastos Financieros	-	12.504,10	12.504,10
<b>Total</b>			<b>103.771,64</b>

Descripción	Gasto		Total año 5
	Fijos	Variables	
Gastos Administrativos	74.938,29	-	74.938,29
Gastos de Constitución	-	-	-
Depreciación	220,50	0,00	220,50
Gastos de Ventas	-	18.512,40	18.512,40
Gastos Financieros	-	4.615,07	4.615,07
<b>Total</b>			<b>98.286,26</b>

*Nota: Elaborado por el auto*

## 5.4. Plan de Financiamiento

### 5.4.1. Forma de financiamiento

El financiamiento de la inversión para dar inicio a las actividades de la empresa “WATER WORLD” Aqua Park, será, en una parte con capital propio y la diferencia con un crédito obtenido en una institución del sistema financiero ecuatoriano, de conformidad con el siguiente detalle:

**Tabla 57**

*Plan de financiamiento*

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
<b>Recursos Propios</b>			
- Efectivo	103.295,25	25,49%	25,49%
<b>Recursos de terceros</b>			
- Préstamo bancario	302.000,00	74,51%	74,51%
<b>Total</b>	<b>405.295,25</b>		<b>100,00%</b>

*Nota: Elaborado por el autor*

Como se puede ver en el cuadro que precede, el financiamiento para iniciar con las actividades del parque acuático es con dinero en efectivo en una parte y con recursos de terceros en otra. Además, es preciso señalar que los 8 accionistas de la compañía realizarán aportes en efectivo por la suma de USD \$ 103.295,25, así como se realizará aportes de bienes inmuebles para la constitución del Fideicomiso de Garantía “WATER WORLD”, con el objetivo de formar un patrimonio autónomo, que sirve para garantizar el crédito a solicitar

en una institución del sistema financiero ecuatoriano. Cabe recalcar que la valoración de os inmuebles fideicomitidos es de aproximadamente el 125% del valor del préstamo a solicitar, ya que esto es un requisito primordial para su aprobación, a continuación, un detalle de lo expuesto en el presente párrafo:

**Tabla 58**

*Aportes accionistas*

<b>Accionista</b>	<b>Aporte Efectivo</b>	<b>Aporte bienes</b>	<b>Valoración de bienes aportados</b>
Accionista 1	18.295,25	1	28.000,00
Accionista 2	15.000,00	1	80.000,00
Accionista 3	10.000,00	1	31.000,00
Accionista 4	15.000,00	2	97.000,00
Accionista 5	15.000,00	1	78.000,00
Accionista 6	10.000,00	1	42.000,00
Accionista 7	10.000,00	1	47.000,00
Accionista 8	10.000,00	1	22.000,00
<b>Total</b>	<b>103.295,25</b>		<b>425.000,00</b>

*Nota: Elaborado por el autor.*

En concordancia con lo antes mencionado, el financiamiento de los USD \$ 302.000,00 será con la obtención de un crédito en una institución del sistema financiero ecuatoriano, de preferencia la Corporación Financiera Nacional o BanEcuador, que son entidades que financian a personas naturales o jurídicas que pretenden emprender en sectores como: producción, comercio y/o servicios. Los créditos otorgados van dirigidos a capital de trabajo y/o activos fijos, otorgando un plazo de pago de hasta 15 años para activos fijos y 5 años para capital de trabajo.

De lo antes mencionado, a continuación, se muestra la tabla de amortización, en la que se describe las cuotas a ser canceladas a 60 meses plazo, por la obtención de un crédito de USD \$ 302.000,00:

**Tabla 59***Detalle del préstamo*

<b>Monto Préstamo:</b>	302.000,00
<b>Tasa Activa Efectiva:</b>	11,83%
<b>Tasa Nominal:</b>	11,23%
<b>Interés Mensual:</b>	0,94%
<b>Monto líquido a recibir:</b>	300.490,00
<b>No. de Cuotas:</b>	60
<b>Cuota Fija Mensual:</b>	6.600,91

**Tabla 60***Tabla de Amortización*

<b>No. Períodos</b>	<b>Saldo Inicial</b>	<b>Cuota Fija</b>	<b>Interés</b>	<b>Abono Capital</b>	<b>Sado Final</b>
0					302.000,00
1	302.000,00	6.600,91	2.826,22	3.774,69	298.225,31
2	298.225,31	6.600,91	2.790,89	3.810,01	294.415,30
3	294.415,30	6.600,91	2.755,24	3.845,67	290.569,63
4	290.569,63	6.600,91	2.719,25	3.881,66	286.687,97
5	286.687,97	6.600,91	2.682,92	3.917,98	282.769,99
6	282.769,99	6.600,91	2.646,26	3.954,65	278.815,34
7	278.815,34	6.600,91	2.609,25	3.991,66	274.823,68
8	274.823,68	6.600,91	2.571,89	4.029,01	270.794,67
9	270.794,67	6.600,91	2.534,19	4.066,72	266.727,95
10	266.727,95	6.600,91	2.496,13	4.104,78	262.623,17
11	262.623,17	6.600,91	2.457,72	4.143,19	258.479,98
12	258.479,98	6.600,91	2.418,94	4.181,96	254.298,02
13	254.298,02	6.600,91	2.379,81	4.221,10	250.076,92
14	250.076,92	6.600,91	2.340,30	4.260,60	245.816,32
15	245.816,32	6.600,91	2.300,43	4.300,47	241.515,84
16	241.515,84	6.600,91	2.260,19	4.340,72	237.175,12
17	237.175,12	6.600,91	2.219,56	4.381,34	232.793,78
18	232.793,78	6.600,91	2.178,56	4.422,34	228.371,44
19	228.371,44	6.600,91	2.137,18	4.463,73	223.907,71
20	223.907,71	6.600,91	2.095,40	4.505,50	219.402,21
21	219.402,21	6.600,91	2.053,24	4.547,67	214.854,54
22	214.854,54	6.600,91	2.010,68	4.590,22	210.264,32
23	210.264,32	6.600,91	1.967,72	4.633,18	205.631,14
24	205.631,14	6.600,91	1.924,36	4.676,54	200.954,60

25	200.954,60	6.600,91	1.880,60	4.720,31	196.234,29
26	196.234,29	6.600,91	1.836,43	4.764,48	191.469,81
27	191.469,81	6.600,91	1.791,84	4.809,07	186.660,74
28	186.660,74	6.600,91	1.746,83	4.854,07	181.806,67
29	181.806,67	6.600,91	1.701,41	4.899,50	176.907,17
30	176.907,17	6.600,91	1.655,56	4.945,35	171.961,83
31	171.961,83	6.600,91	1.609,28	4.991,63	166.970,20
32	166.970,20	6.600,91	1.562,56	5.038,34	161.931,85
33	161.931,85	6.600,91	1.515,41	5.085,49	156.846,36
34	156.846,36	6.600,91	1.467,82	5.133,08	151.713,28
35	151.713,28	6.600,91	1.419,78	5.181,12	146.532,16
36	146.532,16	6.600,91	1.371,30	5.229,61	141.302,55
37	141.302,55	6.600,91	1.322,36	5.278,55	136.024,00
38	136.024,00	6.600,91	1.272,96	5.327,95	130.696,05
39	130.696,05	6.600,91	1.223,10	5.377,81	125.318,24
40	125.318,24	6.600,91	1.172,77	5.428,14	119.890,11
41	119.890,11	6.600,91	1.121,97	5.478,93	114.411,17
42	114.411,17	6.600,91	1.070,70	5.530,21	108.880,97
43	108.880,97	6.600,91	1.018,94	5.581,96	103.299,01
44	103.299,01	6.600,91	966,71	5.634,20	97.664,81
45	97.664,81	6.600,91	913,98	5.686,93	91.977,88
46	91.977,88	6.600,91	860,76	5.740,15	86.237,74
47	86.237,74	6.600,91	807,04	5.793,86	80.443,87
48	80.443,87	6.600,91	752,82	5.848,08	74.595,79
49	74.595,79	6.600,91	698,09	5.902,81	68.692,98
50	68.692,98	6.600,91	642,85	5.958,05	62.734,92
51	62.734,92	6.600,91	587,09	6.013,81	56.721,11
52	56.721,11	6.600,91	530,82	6.070,09	50.651,02
53	50.651,02	6.600,91	474,01	6.126,90	44.524,13
54	44.524,13	6.600,91	416,67	6.184,23	38.339,89
55	38.339,89	6.600,91	358,80	6.242,11	32.097,78
56	32.097,78	6.600,91	300,38	6.300,52	25.797,26
57	25.797,26	6.600,91	241,42	6.359,49	19.437,78
58	19.437,78	6.600,91	181,91	6.419,00	13.018,78
59	13.018,78	6.600,91	121,83	6.479,07	6.539,70
60	6.539,70	6.600,91	61,20	6.539,70	0,00
<b>Total</b>			<b>94.054,31</b>	<b>302.000,00</b>	

*Nota: Elaborado por el autor*

## 5.5. Cálculo de Ingresos

Para el cálculo de los ingresos se considerará los costos en los que incurrirá la empresa “WATER WORLD” Aqua Park para la realización de sus actividades comerciales: y, de esta manera se obtendrá el costo de la prestación del servicio por día, tal como se detalla a continuación:

**Tabla 61**

*Cálculo del costo del servicio*

<b>Descripción</b>	<b>Costo Anual</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Diario</b>
<b>Materiales Directos</b>			
Útiles de Limpieza	900,00	75,00	2,50
<b>Materiales Indirectos</b>			
Uniformes Personal de Limpieza	60,00	5,00	0,17
Uniformes Operadores	60,00	5,00	0,17
Uniformes Salvavidas	60,00	5,00	0,17
Uniformes Cajera	60,00	5,00	0,17
Mascarillas	75,00	6,25	0,21
<b>Mano de Obra Directa</b>			
Limpieza	6.782,15	600,62	20,02
Operador 1	6.782,15	600,62	20,02
Operador 2	6.782,15	600,62	20,02
Salvavidas 1	6.782,15	600,62	20,02
Salvavidas 2	6.782,15	600,62	20,02
<b>Mano de Obra Indirecta</b>			
Jefe de Operaciones	12.391,40	1099,28	36,64
<b>Servicios Básicos para Prestación del Servicio</b>			
Servicios Básicos - Agua	2.352,00	196,00	6,53
Servicios Básicos - Energía Eléctrica	2.100,00	175,00	5,83
<b>Depreciación Equipos para Prestación del Servicio</b>			
Mega tobogán	1.015,00	84,58	2,82
Tobogán gigante	780,00	65,00	2,17
Tobogán mediano	362,00	30,17	1,01
Castillo temático piscina	29,50	2,46	0,08
Balde de agua gigante piscina	22,50	1,88	0,06
Puente temático piscina	24,00	2,00	0,07
Aspersores de agua piscina	10,00	0,83	0,03
Figuras temáticas piscinas	150,00	12,50	0,42
Herramientas para mantenimiento	30,00	2,50	0,08
Paneles solares	3.600,00	300,00	10,00

Máquina de Olas Artificiales	1.600,00	133,33	4,44
Edificios	3.192,00	266,00	8,87
Piscina agua temperada	2.225,00	185,42	6,18
Piscina olas artificiales	1.115,00	92,92	3,10
Piscina polar	400,00	33,33	1,11
Sauna	360,00	30,00	1,00
Turco	360,00	30,00	1,00
Hidromasaje	402,50	33,54	1,12
<b>Sueldos del personal</b>			
Gerente General	16.130,90	1.344,24	44,81
Jefe Administrativo Financiero	12.391,40	1.032,62	34,42
Contador	12.391,40	1.032,62	34,42
Analista de Marketing	9.399,80	783,32	26,11
Analista de Talento Humano	9.399,80	783,32	26,11
Asistente Contable / Cajero	7.207,44	600,62	20,02
<b>Depreciaciones</b>			
Counter de recepción	7,50	0,63	0,02
Escritorio oficina	19,50	1,63	0,05
Sillas de oficina	10,00	0,83	0,03
Barrerías sanitarias	35,00	2,92	0,10
Lavabo de manos	25,00	2,08	0,07
Archivador	16,00	1,33	0,04
Mesa de plástico	52,50	4,38	0,15
Sillas de plástico	30,00	2,50	0,08
Parasoles	15,00	1,25	0,04
Sillas de salvavidas	5,00	0,42	0,01
Computador de escritorio	333,33	27,78	0,93
Impresora de oficina EPSON	200,00	16,67	0,56
Caja registradora	5,00	0,42	0,01
Cámaras de Seguridad	58,33	4,86	0,16
<b>Suministros de oficina</b>			
Resmas de papel	180,00	15,00	0,50
Carpetas	48,00	4,00	0,13
Esferos	90,00	7,50	0,25
Tarjetas de presentación	120,00	10,00	0,33
Agendas	60,00	5,00	0,17
Sobre manila	60,00	5,00	0,17
Tinta de impresora	42,00	3,50	0,12
<b>Gastos de Ventas</b>			
Publicidad	16.680,00	1.390,00	46,33
<b>Gastos Financieros</b>			
Intereses pagados	31.508,88	2.625,74	87,52
<b>Totales</b>	<b>184.168,44</b>	<b>15.591,24</b>	<b>519,71</b>

*Nota: Elaborado por el Autor*

En el cuadro a continuación se calcula la cantidad de personas, clientes o consumidores que ingresarían al parque acuático, en un horizonte de cinco años, esto considerando la información señalada en la Tabla 28, respecto de la capacidad de prestación del servicio:

**Tabla 62**

*Cantidad de Personas, clientes o consumidores por año*

Clima	Meses	En Semanas	%	Año	Capacidad de Prestación del Servicio al año (Tabla 28)	Prestación del Servicio según temporada	Cantidad de personas que ingresan al parque acuático por año
Invierno	Octubre a Abril	30	57,69%	2022	52208	30120	19578
Verano	Mayo a Septiembre	22	42,31%			22088	22088
<b>Total 2022</b>							<b>41666</b>
Invierno	Octubre a Abril	30	57,69%	2023	55744	32160	20904
Verano	Mayo a Septiembre	22	42,31%			23584	23584
<b>Total 2023</b>							<b>44488</b>
Invierno	Octubre a Abril	30	57,69%	2024	62920	36300	23595
Verano	Mayo a Septiembre	22	42,31%			26620	26620
<b>Total 2024</b>							<b>50215</b>
Invierno	Octubre a Abril	30	57,69%	2025	69732	40230	26150
Verano	Mayo a Septiembre	22	42,31%			29502	29502
<b>Total 2025</b>							<b>55652</b>
Invierno	Octubre a Abril	30	57,69%	2026	69732	40230	260150
Verano	Mayo a Septiembre	22	42,31%			29502	29502
<b>Total 2026</b>							<b>55652</b>

*Nota: Elaborado por el autor. En la columna denominada "Cantidad de personas que ingresan al parque acuático por año" en la temporada de invierno se calculó únicamente el 65% de la capacidad de prestación del servicio; y, en la temporada el verano el 100%.*

**Tabla 63**

*Cálculo precio de venta*

Unidad de medida	Costo Mensual	Costo Anual	Margen de Utilidad		Ingresos Anuales	Cantidad de Personas por año	Precio de Venta
			%	\$			
Personas, clientes o consumidores	15.591,24	184.168,44	48,00	169.992,56	354.161,00	41.666	8,50

*Nota: Elaborado por el Autor*

### 5.5.1. Proyección de Ingresos

Una vez determinado del precio de venta del boleto de entrada al parque acuático, se procede a realizar el cálculo de los ingresos proyectados en un horizonte de 5 años, para lo cual se utilizará la información descrita en la tabla 61, de acuerdo al siguiente cuadro:

**Tabla 64**

*Proyección de ingresos*

Unidad De medida	Cantidad	Precio Total	Total Año 1	Cantidad	Precio Total	Total Año 2	Cantidad	Precio Total	Total Año 3
Personas, clientes o consumidores	41.666	8,50	<b>354.161,00</b>	44.488	8,50	<b>378.148,00</b>	50.215	8,50	<b>426.827,50</b>

Unidad De medida	Cantidad	Precio Total	Total Año 4	Cantidad	Precio Total	Total Año 5
Personas, clientes o consumidores	55.652	8,50	<b>473.037,75</b>	55.652	8,50	<b>473.037,75</b>

*Nota: Elaborado por el Autor*

### 5.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta que permite identificar cual es el nivel de las ventas que se necesita para cubrir los costos variables y fijos, en otras palabras, se determina cual es el escenario en el cual la empresa no perderá dinero, pero tampoco generará una ganancia. A continuación, se procede a calcular el punto de equilibrio de la Compañía “WATER WORLD” Aqua Park:

- Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias:

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

$$PE\$ = \frac{145.886,69}{1 - \frac{39.577,75}{354.161,00}}$$

$$\begin{aligned} \text{PE\$} &= \frac{145.886,69}{1-0,11} \\ \text{PE\$} &= \frac{145.886,69}{0,89} \\ \text{PE\$} &= \mathbf{164.240,74} \end{aligned}$$

- Punto de Equilibrio en Unidades Físicas:

$$\begin{aligned} \text{PEu} &= \frac{\text{CF}}{\text{PVU} - \text{CVU}} \\ \text{PEu} &= \frac{145.886,69}{8,50 - 0,95} \\ \text{PEu} &= \frac{145.886,69}{7,55} \\ \text{PEu} &= \mathbf{19.322,44} \end{aligned}$$

- Punto de Equilibrio – Valores Relativos

$$\begin{aligned} \text{PE\%} &= \frac{\text{PE \$}}{\text{IT}} * 100 \\ \text{PE\%} &= \frac{164.240,71}{354.161,00} * 100 \\ \text{PE\%} &= \mathbf{46,37\%} \end{aligned}$$

Cabe señalar que, para desarrollar las fórmulas respecto del Punto de Equilibrio en unidades monetarias, unidades físicas y en valores relativos, se utilizó los datos que se detallan a continuación:

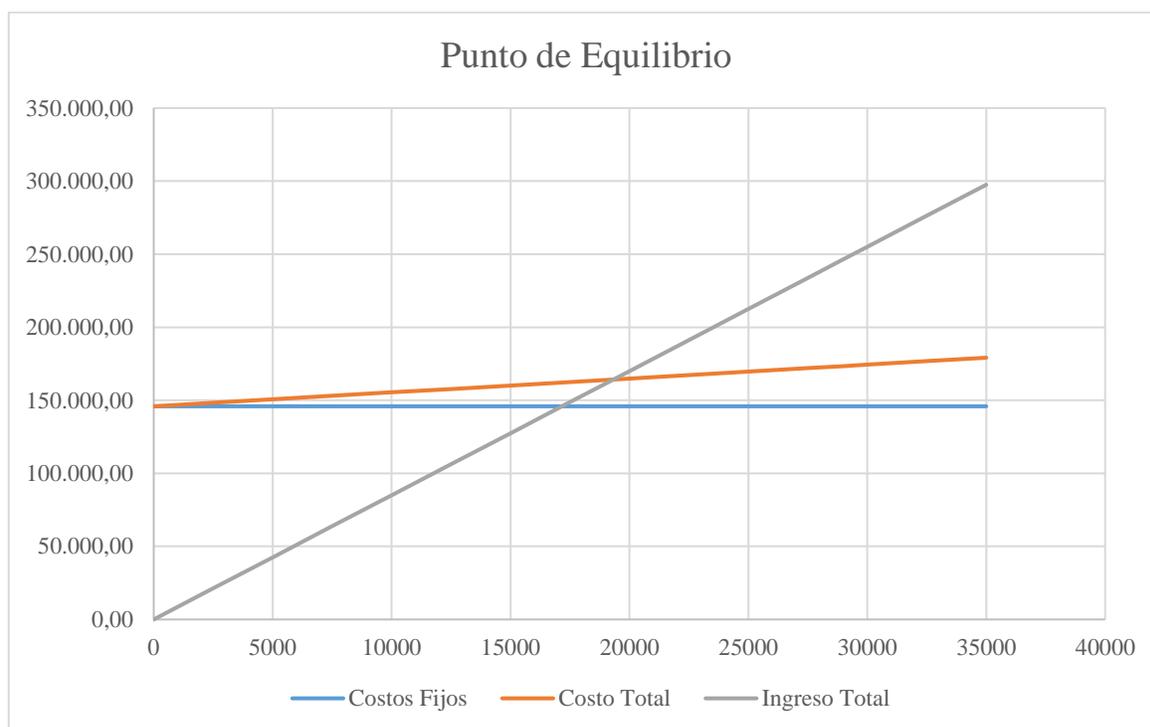
Costos Variables:	39.577,75
Costos Fijos:	28.068,90
Costos Totales:	67.646,65
Gastos Administrativos:	117.817,79
Costo Variable Unitario	0,95
Ingresos Totales:	354.161,00
Número de entradas vendidas:	41.666,00

Precio de Venta Unitario: 8,50

Considerando los resultados obtenidos en las fórmulas antes desarrolladas, a continuación, se muestran los mismos gráficamente:

**Figura 19**

*Punto de Equilibrio*



*Nota: Elaborado por el autor.*

## 5.7. Estado de Resultados Proyectado

Conocido también como Estado de Pérdidas y Ganancias, el Estado de Resultados es un documento que presenta la información financiera de una compañía (ingresos, costos y gastos), y así determinar cuál fue el resultado en un período específico. Con la información obtenida y descrita en el presente capítulo, se procede a realizar el Estado de Resultados Proyectado del parque acuático:

**Tabla 65**

*Estado de Resultados Proyectado*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	354.161,00	378.148,00	426.827,50	473.037,75	473.037,75
(-) Costo de Ventas	67.646,65	72.021,10	73.508,57	75.035,31	76.602,36
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>286.514,35</b>	<b>306.126,90</b>	<b>353.318,93</b>	<b>398.002,44</b>	<b>396.435,39</b>
(-) Gastos de venta	16.680,00	17.120,35	17.572,33	18.036,24	18.512,40
<b>(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS</b>	<b>269.834,35</b>	<b>289.006,55</b>	<b>335.746,60</b>	<b>379.966,20</b>	<b>377.922,99</b>
(-) Gastos Administrativos	69.628,91	70.115,45	71.945,06	73.231,30	75.158,79
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>200.205,44</b>	<b>218.891,09</b>	<b>263.801,54</b>	<b>306.734,90</b>	<b>302.764,21</b>
(-) Gastos Financieros	31.508,88	25.867,44	19.558,81	12.504,10	4.615,07
(+) Otros Ingresos	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>	<b>179.496,56</b>	<b>203.823,65</b>	<b>255.042,72</b>	<b>305.030,79</b>	<b>308.949,13</b>
(-) 15% Participación trabajadores	26.924,48	30.573,55	38.256,41	45.754,62	46.342,37
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>152.572,08</b>	<b>173.250,11</b>	<b>216.786,32</b>	<b>259.276,17</b>	<b>262.606,76</b>
(-) Impuesto a la renta	33.565,86	38.115,02	47.692,99	57.040,76	57.773,49
<b>(=) UTILIDAD o PÉRDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>119.006,22</b>	<b>135.135,08</b>	<b>169.093,33</b>	<b>202.235,42</b>	<b>204.833,28</b>

*Nota: Elaborado por el autor.*

## **5.8. Flujo de Caja**

El flujo de caja determina el estado de liquidez del negocio; es decir, el dinero que se espera tener en un momento determinado registrando los ingresos en el momento en el que se esperan recibir y los egresos en el momento en que se espera se paguen. El flujo de caja tiene como propósito medir la disponibilidad de efectivo para cancelar las deudas contraídas con terceros y remunerar la inversión de los accionistas de la compañía (Barajas Nova, 2008).

En la tabla a continuación, se procederá a establecer el flujo de caja en un horizonte de cinco años:

**Tabla 66***Flujo de Caja*

<b>Descripción</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>354.161,00</b>	<b>378.148,00</b>	<b>426.827,50</b>	<b>473.037,75</b>	<b>473.037,75</b>
Ingresos por ventas		354.161,00	378.148,00	426.827,50	473.037,75	473.037,75
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>153.955,56</b>	<b>159.256,91</b>	<b>163.025,96</b>	<b>166.302,85</b>	<b>170.273,54</b>
Costos		51.969,15	56.343,60	57.831,07	59.357,81	60.924,86
Depreciación		16.489,67	16.489,67	16.489,67	15.898,00	15.898,00
Gastos Administrativos		68.816,74	69.303,29	71.132,89	73.010,80	74.938,29
Gastos de Ventas		16.680,00	17.120,35	17.572,33	18.036,24	18.512,40
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)</b>		<b>200.205,44</b>	<b>218.891,09</b>	<b>263.801,54</b>	<b>306.734,90</b>	<b>302.764,21</b>
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>-103.295,25</b>	<b>10.800,00</b>	<b>10.800,00</b>	<b>10.800,00</b>	<b>10.800,00</b>	<b>10.800,00</b>
Inversión Inicial	-405.295,25					
Créditos a largo plazo (Recursos de Terceros)	302.000,00					
Otros ingresos		10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>123.211,54</b>	<b>131.409,77</b>	<b>148.670,59</b>	<b>166.108,24</b>	<b>167.428,72</b>
Gastos financieros		31.508,88	25.867,44	19.558,81	12.504,10	4.615,07
Pago de créditos a largo plazo		47.701,98	53.343,42	59.652,05	66.706,76	74.595,79
Pago de participación de utilidades		26.924,48	30.573,55	38.256,41	45.754,62	46.342,37
Pago de impuesto a la renta		33.565,86	38.115,02	47.692,99	57.040,76	57.773,49
Depreciación		-16.489,67	-16.489,67	-16.489,67	-15.898,00	-15.898,00
<b>F. FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)</b>	<b>-103.295,25</b>	<b>-112.411,54</b>	<b>-120.609,77</b>	<b>-137.870,59</b>	<b>-155.308,24</b>	<b>-156.628,72</b>
<b>G. FLUJO NETO GENERADO (C - F)</b>	<b>-103.295,25</b>	<b>87.793,91</b>	<b>98.281,33</b>	<b>125.930,94</b>	<b>151.426,66</b>	<b>146.135,49</b>
<b>H. SALDO INICIAL DE CAJA</b>		-103.295,25	-15.501,34	82.779,98	208.710,93	360.137,58
<b>I. SALDO FINAL DE CAJA (G + H)</b>		-15.501,34	82.779,98	208.710,93	360.137,58	506.273,07

*Nota: Elaborado por el autor.*

## **5.9. Evaluación financiera**

La evaluación financiera que se realizará en la presente sección permitirá identificar cuál es la rentabilidad del presente plan de negocios, para que de esta manera los inversionistas obtengan anticipadamente la información necesaria para tomar una decisión. considerando que estos buscan obtener una utilidad más alta, o en su defecto, el retorno de su inversión en el menor tiempo posible.

### **5.9.1. Indicadores**

Los métodos que se desarrollarán en los numerales a continuación evaluarán económicamente el presente plan. Cabe mencionar que los indicadores financieros que se utilizar con mayor frecuencia son valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo y periodo de recuperación, por lo que a continuación se presenta cada uno de los citados indicadores.

#### **5.9.1.1. Valor Actual Neto (VAN).**

El Valor Actual Neto es un indicador que permite determinar la viabilidad de un proyecto de inversión con la utilización de los resultados obtenidos en los flujos netos generados (ver tabla 65), menos la inversión inicial; y, del resultado obtenido se puede establecer los siguientes escenarios:

- Si el VAN es positivo el proyecto es aceptable,
- Si el VAN es negativo no se debe realizar el proyecto, ya que la inversión se perderá en el tiempo; y,
- Si el VAN es igual a cero, no se perderá y quedará a decisión del inversionista.

Además, para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN), es necesario establecer la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), que se considera como una tasa de referencia mínima de ganancias esperadas del proyecto, para tal efecto se utilizará para los recursos propios la tasa de interés pasiva efectiva referencial en plazos mayores a 365

días, esta es del 7,99% según tablas de tasas de interés establecidas por el Banco Central del Ecuador así como la tasa promedio de inflación a marzo de 2022 de 2,64% (ver Tabla 53); y, para los recursos de terceros se considerará la tasa de interés activa efectiva del 11,83% según se detalla en la tabla 59, como se muestra a continuación:

**Tabla 67**

*Cálculo TMAR*

<b>Descripción</b>	<b>% de Participación</b>	<b>Tasa de Rentabilidad</b>	<b>Promedio</b>
Recursos Propios	25,49%	10,63%	2,71%
Recursos de Terceros	74,51%	11,83%	8,81%
<b>Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)</b>			<b>11,52%</b>

*Nota: Elaborado por el autor.*

Una vez establecido el valor de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, se procede a realizar el cálculo del indicador denominado Valor Actual Neto, con la utilización de las siguientes formulas:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+i)^n} - I_0$$

$$VAN = \frac{F1}{(1+i)^{n1}} + \frac{F2}{(1+i)^{n2}} + \frac{F3}{(1+i)^{n3}} + \frac{F4}{(1+i)^{n4}} + \frac{F5}{(1+i)^{n5}} - I_0$$

$$VAN = \frac{87.793,91}{(1+0,1152)^1} + \frac{98.281,33}{(1+0,1152)^2} + \frac{125.930,94}{(1+0,1152)^3} + \frac{151.426,66}{(1+0,1152)^4} + \frac{146.135,49}{(1+0,1152)^5} - 405.295,25$$

$$VAN = \frac{87.793,91}{1,11524163} + \frac{98.281,33}{1,243763892} + \frac{125.930,94}{1,38709727} + \frac{151.426,66}{1,54694862} + \frac{146.135,49}{1,7252215} - 405.295,25$$

$$VAN = 78.721,87 + 79.019,28 + 90.787,39 + 97.887,32 + 84.705,35 - 405.295,25$$

$$VAN = 25.825,96$$

Conforme los valores calculados respecto del del indicador denominado Valor Actual Neto, se ha determinado un valor positivo, es decir, el proyecto de inversión de “WATER WORLD” Aqua Park es viable, ya que se recupera la inversión y se genera ganancia.

### 5.9.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).

La Tasa Interna de Retorno según Sevilla (2020) es: “Una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión que está muy relacionada con el valor actualizado neto (VAN). También se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero”.

Cuando la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor que la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), se acepta el proyecto de inversión; en cambio, si el resultado es opuesto, se lo debe rechazar. Para el cálculo de la TIR se utiliza la fórmula que se describe a continuación:

$$VAN = - I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^n}$$

$$0 = - I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)^1} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \frac{F_3}{(1 + TIR)^3} + \frac{F_4}{(1 + TIR)^4} + \frac{F_5}{(1 + TIR)^5}$$

$$0 = - 405295,3 + \frac{87.793,91}{(1 + 0,1380)^1} + \frac{98.281,33}{(1 + 0,1380)^2} + \frac{125.930,94}{(1 + 0,1380)^3} + \frac{151.426,66}{(1 + 0,1380)^4} + \frac{146.135,49}{(1 + 0,1380)^5}$$

$$0 = - 405295,3 + \frac{87.793,91}{1,13804401} + \frac{98.281,33}{1,29514417} + \frac{125.930,94}{1,47393107} + \frac{151.426,66}{1,67739843} + \frac{146.135,49}{1,90895323}$$

$$0 = - 405295,3 + 77.144,56 + 75.884,47 + 85.438,83 + 90.274,71 + 76.552,68$$

$$0 = 0,00$$

La Tasa Interna de Retorna, de acuerdo con los cálculos realizados anteriormente, se establece en un valor de 13,80%; evidenciándose que esta es superior a la Tasa Mínima

Aceptable de Rendimiento (TMAR) que es del 11,52%, por lo que, en un horizonte de cinco años, el proyecto ofrece una rentabilidad positiva frente a los riesgos financieros.

### 5.9.1.3. Beneficio Costo.

Este indicador compara directamente los beneficios y costos de un proyecto de inversión para definir su viabilidad económica. Si el resultado obtenido es mayor a 1 se considera al proyecto como aceptable, de ser el caso contrario, el proyecto debe ser rechazado. Para tal efecto se debe utilizar la fórmula que ese describe a continuación:

**Tabla 68**

*Cálculo VAI / VAC*

Período	Ingresos	Ingresos actualizados	Egresos	Egresos actualizados
1	364.961,00	327.248,37	277.167,09	248.526,49
2	388.948,00	312.718,52	290.666,67	233.699,24
3	437.627,50	315.498,78	311.696,56	224.711,39
4	483.837,75	312.769,11	332.411,09	214.881,79
5	483.837,75	280.449,64	337.702,26	195.744,29
<b>Totales</b>		<b>1.548.684,42</b>		<b>1.117.563,21</b>

*Nota: Elaborado por el autor.*

$$B/C = \frac{VAI}{VAC}$$

$$B/C = \frac{1.548.684,42}{1.117.563,21}$$

$$B/C = 1,39$$

Del cálculo realizado anteriormente, se determina que el proyecto de inversión es viable, considerando que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de 0,39 centavos.

### 5.9.1.4. Período de Recuperación.

El periodo de recuperación, también llamado Payback, es el tiempo que va a transcurrir para que la Compañía “WATER WORLD” Aqua Park recupere su inversión inicial. Para

ello, se utilizará el valor presente de los flujos de caja de los cinco años de horizonte del proyecto; además, considerando que los flujos son diferentes, es preciso utilizar la fórmula que se detalla a continuación:

$$Payback = a + \frac{I_0 - b}{F_t}$$

**Tabla 69**

*Cálculo periodo de recuperación*

<b>Período</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Valor actual de los flujos de cada Período	-405.295,25	78.721,87	79.019,28	90.787,39	97.887,32	84.705,35
<b>Saldo Actualizado Acumulado</b>	<b>-405.295,25</b>	<b>-326.573,38</b>	<b>-247.554,10</b>	<b>-156.766,71</b>	<b>-58.879,39</b>	<b>25.825,96</b>

*Nota: Elaborado por el autor.*

$$\begin{aligned}
 Payback &= a + \frac{I_0 - b}{F_t} \\
 Payback &= 4 + \frac{405.295,25 - 346.415,86}{84.705,35} \\
 Payback &= 4 + \frac{58.879,39}{84.705,35} \\
 Payback &= 4 + 0,70 \\
 Payback &= 4,70
 \end{aligned}$$

Donde:

a= Número del período antes del período en el cual se recupera la inversión.

I<sub>0</sub>= Inversión Inicial.

b= Sumatoria de los flujos hasta antes del período en el cual se recupera la inversión.

F<sub>t</sub>= Valor del flujo del período en el que se recupera la inversión.

Considerando el Periodo de Recuperación de la inversión obtenido de 4,70, se establece que el tiempo para tal efecto es de 4 años, 8 meses y 10 días; por tal razón el proyecto se considera rentable ya que la inversión retorna en un tiempo adecuado.

## CONCLUSIONES

Después de realizar el estudio de mercado se determinó que el servicio que ofrecerá “WATER WORLD” Aqua Park tiene una aceptación del 73%, además, con la información recopilada se identificó cual es la demanda potencial insatisfecha respecto de las personas que tienen la necesidad de buscar espacios de entretenimiento y diversión acuática extrema; asimismo, se estableció que los medios por los que se realizará la publicidad de la empresa son: redes sociales, radio, televisión y stands en centros comerciales.

En la sección de operaciones se definió la gestión de prestación del servicio, esto con el establecimiento del mapa de procesos y diagrama de flujo; posteriormente se describió las necesidades de la empresa “WATER WORLD” Aqua Park respecto de las instalaciones, equipos y personas necesarios para el funcionamiento de la misma, así también se determinó que una encuesta de satisfacción al cliente es la herramienta más adecuada para realizar un adecuado control de calidad de los servicios que brindará la organización.

En el área de organización y gestión se estableció la visión y misión de la organización, y con la elaboración de la matriz FODA se realizó la evaluación de los factores internos y externos. Los objetivos estratégicos fueron definidos en las perspectivas: resultados financieros, valor para los clientes, eficiencia de procesos y capital intangible. Asimismo, se determinó el organigrama estructural y funcional de la empresa “WATER WORLD” Aqua Park, y en consecuencia se estableció la descripción de cada cargo y la necesidad de personal en un horizonte de cinco años. Además, se definió los indicadores de gestión necesarios para permitirán evaluar en qué medida se consiguen los objetivos planteados.

En el capítulo jurídico legal se estableció que la forma jurídica de la compañía “WATER WORLD” Aqua Park, será la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S) considerando que esta fue creada para impulsar la economía mediante la formalización de los emprendimientos. Así también se identificó cada uno de los requisitos necesarios para

cumplir con la normativa legal vigente respecto de la constitución de la empresa en instituciones como la Superintendencia de Compañías, Servicio de Rentas Internas, Municipio de Quito, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, también se detalló las licencias y permisos de funcionamientos necesarios para su funcionamiento.

En el área financiera se determinó que la inversión inicial para la puesta en marcha del presente plan de negocios es de USD \$ 405.295,25, valor se será financiado en un 25,49% con recursos propios de los socios y el 74,51% restante se lo hará por medio de un préstamo en una institución del sistema financiero; la estimación de los ingresos en el primer año de operaciones de la compañía “WATER WORLD” Aqua Park es de USD \$ 354.161,00, respecto de 41.666 entradas al parque a un precio de USD \$ 8,50; con los valores obtenidos en el flujo de caja se procedió a calcular el valor actual neto, dando como resultado un valor positivo de 25.825,96, lo que indica que el presente plan de negocios es viable. Con respecto a la Tasa Interna de Retorno corresponde al 13,80%, siendo mayor al TMAR del 11,52%, por lo tanto, se establece una rentabilidad positiva a 5 años proyectados frente a los riesgos financieros. Además, se determinó que el proyecto es rentable ya que el indicador Beneficio Costo es de 1,39 lo que indica que se obtendrá USD \$ 0,39 centavos por cada dólar invertido, siendo que la inversión se recupera en un tiempo de 4 años, 8 meses y 10 días. Por todo lo señalado, se concluye que el plan de negocios para la creación y comercialización de los servicios de “WATER WORLD” Aqua Park en la parroquia de Calderón de la ciudad de Quito es sostenible y viable, ya que este ofrece recuperación de inversión y rentabilidad.

## RECOMENDACIONES

“WATER WORLD” Aqua Park ofrece servicios de entretenimiento enfocados en diversión acuática extrema, por lo que es imprescindible que se mantenga activo este atributo diferenciador, para que de esta manera el parque acuático sea llamativo hacia los clientes o consumidores.

En función de los hallazgos que arrojó el estudio de mercado se recomienda potencializar las aptitudes y actitudes del personal de la empresa que brinda atención directa a clientes o consumidores, de esta manera la calidad del servicio se vuelve una gran fortaleza.

Es importante que las personas que se elijan para los cargos que ofrece la empresa cumplan con el perfil establecido para los mismos, considerando que se realizará una inversión en cada persona que se recibirá la capacitación del puesto, de esta manera no generar egresos no presupuestados en el personal.

Se recomienda realizar todos los indicadores de gestión establecidos en el presente proyecto a su debido tiempo, ya que de esta manera se obtendrá información correcta y actualizada respecto de las actividades que se realizan en cada área, mismas que responden a la consecución de los objetivos de la organización.

Gestionar los permisos de funcionamiento, así como realizar todos los registros necesarios en las entidades gubernamentales de control para que la empresa “WATER WORLD” Aqua Park inicie sus actividades económicas dentro del marco establecido en la normativa legal vigente en la ciudad de Quito y Ecuador.

Y, por último, se recomienda la implementación del presente proyecto, debido a que el mismo es viable y rentable, de conformidad con los resultados obtenidos en la evaluación financiera.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arango, S., & Montoya, L. (2018). Estudio técnico parque de diversiones en santa fé de antioquia. *Universidad Eafit, escuela de administración*, 145.
- Arbós, L. C. (2012). *Organización de la Producción y Dirección de Operaciones*. Madrid. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=MnvfobNzAjYC&pg=PA22&dq=El+ciclo+de+vida+es+el+periodo+de+tiempo+de+presencia&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewjaidW\\_hP72AhUmTDABHa8VCSUQ6AF6BAgDEAI#v=onepage&q=El%20ciclo%20de%20vida%20es%20el%20periodo%20de%20tiempo%20de%20pres](https://books.google.com.ec/books?id=MnvfobNzAjYC&pg=PA22&dq=El+ciclo+de+vida+es+el+periodo+de+tiempo+de+presencia&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewjaidW_hP72AhUmTDABHa8VCSUQ6AF6BAgDEAI#v=onepage&q=El%20ciclo%20de%20vida%20es%20el%20periodo%20de%20tiempo%20de%20pres)
- El Congreso Nacional. (2006, 22 de diciembre). *Ley Orgánica de Salud*. Suplemento del Registro Oficial No. 423. Obtenido de [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/CompletoSinConcordanciaspdf91066\\_-\\_LEY\\_ORG%C3%81NICA\\_DE\\_SALUD\\_-\\_LOS.pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/CompletoSinConcordanciaspdf91066_-_LEY_ORG%C3%81NICA_DE_SALUD_-_LOS.pdf)
- Gitman, L. J. (2007). *Principios de Administración Financiera* (Décimo Primera ed.). México. Obtenido de [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/libro%20adm%20financ%20%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/libro%20adm%20financ%20%20(1).pdf)
- INEC. (2010). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/search/POBLACION+POR+SEXO,+SEGUN+PROVINCIA,+PARROQUIA+Y+CANTON+DE+EMPADRONAMIENTO/>
- Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censo. (s.f.). *Índice de Precios al Consumidor (IPC) Marzo 2022*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2022/Marzo-2022/01%20ipc%20Presentacion\\_IPC\\_mar2022.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2022/Marzo-2022/01%20ipc%20Presentacion_IPC_mar2022.pdf)
- instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2022). *Aviso de entrada y Salida*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/avisos-de-entrada-y-salida>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2022). *Registro nuevo empleador*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador#:~:text=1%20Ingresar%20a%20la%20p%C3%A1gina%20web%20d>

- el%20IESS,han%20sido%20solicitados%2C%20para%20obtener%20la%20clave%20patronal.
- Joehnk, G. &. (2009). *Fundamentos de Inversiones* (Décima ed.). México. Obtenido de <https://www.uv.mx/personal/clelanda/files/2016/03/Gitman-y-Joehnk-2009-Fundamentos-de-inversiones.pdf>
- Malhotra, N. K. (2008). *INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. México. Obtenido de <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>
- Mankiw. (2004). Cálculo de una cartera eficiente para la evaluación de un portafolio de inversión en Colombia., (pág. 41). Obtenido de <http://hdl.handle.net/11396/5371>
- Ministerio de Salud Pública. (2017, 03 de febrero). *Reglamento sustitutivo para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario*. Suplemento del Registro Oficial No. 202. Obtenido de [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/1070492\\_\\_202204051857398774.pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/1070492__202204051857398774.pdf)
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2022, 29 de marzo). *Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito*. Edición Especial del Registro Oficial 83. Obtenido de [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/CompletosSinConcordanciaspdf1163912\\_-\\_C%C3%93DIGO\\_MUNICIPAL\\_PARA\\_EL\\_DISTRITO\\_METROP.pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/CompletosSinConcordanciaspdf1163912_-_C%C3%93DIGO_MUNICIPAL_PARA_EL_DISTRITO_METROP.pdf)
- Organización Internacional de Normalización. (2015). *ISO 9000:2015 Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y Vocabulario*. Obtenido de [https://justicialarioja.gob.ar/planificacion/pagina/Norma%20ISO%209000\\_2015%20Vocabulario%20Fundamentos.pdf](https://justicialarioja.gob.ar/planificacion/pagina/Norma%20ISO%209000_2015%20Vocabulario%20Fundamentos.pdf)
- Peñalosa , E. (2019). Turistas en parques de Atracciones naturales y museos. *Alcaldía de Bogotá* , 43.
- Presidente Constitucional de la República. (2008, 08 de abril). *Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo*. Registro Oficial 311. Obtenido de [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/CompletosSinConcordanciaspdf10321\\_-\\_REGLAMENTO\\_DE\\_SEGURIDAD\\_Y\\_SALUD\\_DE\\_LOS\\_TRA%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/CompletosSinConcordanciaspdf10321_-_REGLAMENTO_DE_SEGURIDAD_Y_SALUD_DE_LOS_TRA%20(1).pdf)
- República del Ecuador Asamblea Nacional. (2014, 6 de agosto). *Ley Orgánica de Recursos Hídricos, Usos y Aprovechamiento del Agua*. Segundo Suplemento del

Registro Oficial No.305. Obtenido de  
file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/CompletoSinConcordanciaspdf1072272  
-  
\_LEY\_ORG%C3%81NICA\_DE\_RECURSOS\_H%C3%8DDRICOS\_\_USOS\_.  
pdf

Servicio de Rentas Internas. (2021). Obtenido de  
file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/INSCRIPCIONES%20AUTOM%C3%8  
1TICA%20DE%20SOCIEDADES%20EN%20EL%20RUC.pdf

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2020). *Guía de constitución de  
sociedades por acciones simplificadas*. Obtenido de  
<https://portal.supercias.gob.ec/images/SAS.pdf>

## ANEXOS

### Anexo I. Encuesta

## UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

### ENCUESTA

**OBJETIVO DE LA ENCUESTA:** Esta encuesta tiene finalidad didáctica en obtener información para un trabajo de titulación en la carrera de Administración de Empresas, para la aceptación de un nuevo servicio en el mercado de la diversión extrema.

Marque con una X la opción que seleccione como respuesta correcta

**1. ¿Usted ha visitado o gusta de visitar sitios de atractivos para diversión familiar y extrema?**

- Si
- No

**2. ¿Ha visitado alguna vez un parque acuático?**

- Si
- No

**3. ¿Con qué frecuencia visita usted lugares para divertirse?**

- Mensual
- Anual
- Fines de semana
- Nunca

**4. ¿Qué características son más importantes para usted al momento de visitar este tipo de lugares?**

- Precio
- Seguridad de estructuras
- Atención de calidad
- Diseño

**5. ¿Qué precio aproximadamente, pagaría por la entrada a un parque acuático?**

- \$1 - \$5
- \$6 - \$10
- \$11 - \$15
- \$16 - \$25
- Más de \$25

**6. ¿Dónde considera que sería una ubicación óptima del parque acuático?**

- Centro
- Sur
- Norte

**7. ¿Considera que usted visitaría este tipo de parque acuático?**

- Si
- No

**8. ¿Considera que el mega tobogán es el elemento más atractivo del parque acuático?**

- Más atractivo
- Indiferente
- Menos atractivo
- Dependiendo de los diseños

**9. ¿Con quien o quienes prefiere visitar el parque acuático?**

- amigos
- familia
- pareja
- otros

**10. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre el parque temático?**

- Redes sociales
- Folletos
- Correo electrónico
- Televisión
- Radio

Gracias por su colaboración.