



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
“MANUEL FÉLIX LÓPEZ”**

CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
EN TURISMO**

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN PARQUE ACUÁTICO EN
EL CANTÓN MANTA, PROVINCIA MANABÍ**

AUTORAS:

**ISABEL YAQUELINE BASURTO BRAVO
GABRIELA DOLORES BUSTE MOREIRA**

FACILITADOR:

Ing. MARIBEL MEJÍA RAMOS, Mg. Ge.

CALCETA, JULIO 2015

DERECHOS DE AUTORÍA

Isabel Yaqueline Basurto Bravo y Gabriela Dolores Buste Moreira, declaran bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado todas las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos los derechos de propiedad intelectual a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento.

Isabel Y. Basurto Bravo

Gabriela D. Buste Moreira

CERTIFICACIÓN DE TUTORA

Consuelo Maribel Mejía Ramos certifica haber tutelado la tesis **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN PARQUE ACUÁTICO EN EL CANTÓN MANTA, PROVINCIA MANABÍ**, que ha sido desarrollado por Isabel Yaqueline Basurto Bravo y Gabriela Dolores Buste Moreira, previa la obtención del título de Ingeniería en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

Ing. Maribel Mejía Ramos, Mg. Ge.

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaran que han APROBADO la tesis **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN PARQUE ACUÁTICO EN EL CANTÓN MANTA, PROVINCIA MANABÍ**, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por Isabel Yaqueline Basurto Bravo y Gabriela Dolores Buste Moreira, previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo de acuerdo al reglamento para la elaboración de tesis de grado de tercer nivel de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

Ing. Rodney Alfonso Alfonso
MIEMBRO

Abg. Libertad Regalado Espinoza
MIEMBRO

Ing. Nelson García Reinoso
PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que nos dio la oportunidad de una educación de calidad y en la cual hemos forjado nuestros conocimientos profesionales día a día;

A la dirección de la Carrera de Ingeniería en Turismo, en conjunto con sus docentes por haber asumido la responsabilidad de guiarnos en este paso trascendental de gran importancia para nuestra vida profesional, y

A la tutora de tesis Ing. Maribel Mejía que nos brindó la oportunidad de capacitarnos y en la cual nos hemos forjado día a día.

DEDICATORIA

A Dios nuestro creador, principio de todo conocimiento y sabiduría.

A nuestros Padres, por sus constantes esfuerzos y abnegado apoyo en todas las etapas de nuestras vidas, que nos llena de paz y armonía para seguir con nuestras investigaciones con alegría y prosperidad y ser personas de éxito para un mañana mejor.

A las personas que estuvieron con nosotras durante la investigación del proyecto, por su ayuda permanente, por sus valiosas enseñanzas morales y principios espirituales que contribuyeron al desarrollo del mismo.

A nuestros Hermanos por su constante ayuda y apoyo moral.

Basurto Bravo Isabel

Buste Moreira Gabriela

CONTENIDO

DERECHOS DE AUTORÍA.....	II
CERTIFICACIÓN DE TUTORA	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
CONTENIDO.....	VII
CONTENIDO DE CUADROS.....	XI
CONTENIDO DE GRÁFICOS Y FIGURAS.....	XII
RESUMEN	XIV
PALABRAS CLAVE	XIV
ESTUDIO DE MERCADO, OFERTA TURÍSTICA, PRODUCTO TURÍSTICO, IMPACTO AMBIENTAL.....	XIV
ABSTRACT.....	XV
KEY WORDS	XV
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES.....	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	3
1.2.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	3
1.2.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	3
1.2.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	4
1.2.4. JUSTIFICACIÓN LEGAL	4
1.2.5. JUSTIFICACIÓN AMBIENTAL	4
1.2.6. JUSTIFICACIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA.....	5
1.3. OBJETIVOS	6
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	6
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
1.4. IDEA A DEFENDER.....	6
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	7
2.1. FACTIBILIDAD	8
2.1.1. ESTUDIO TÉCNICO.....	8

2.1.2. FACTIBILIDAD ECONÓMICA-FINANCIERA.....	9
2.1.3. IMPACTO AMBIENTAL	10
2.2. VIABILIDAD.....	11
2.3. RENTABILIDAD ECONÓMICA.....	11
2.4. ESTUDIO DE MERCADO.....	12
2.4.1. OFERTA TURÍSTICA.....	13
2.4.2. DEMANDA TURÍSTICA.....	14
2.5. PRODUCTO TURÍSTICO	15
2.6. CLIENTE	15
2.7. SERVICIO	16
2.8. COMERCIALIZACIÓN.....	17
2.9. PARQUE ACUÁTICO	18
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO	19
3.1. CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS.....	19
3.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	19
3.1.2. MÉTODOS Y TÉCNICAS	20
3.1.2.1. MÉTODOS	20
3.1.2.2. TÉCNICAS	21
3.1.3. FUENTES DE INVESTIGACIÓN	21
3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	22
3.2.1. ESTRUCTURA METODOLÓGICA	22
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA	26
3.3.1. POBLACIÓN.....	26
3.3.2. MUESTRA.....	27
3.3.2.1. TIPO DE MUESTREO.....	27
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	28
4.1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	28
4.1.1. UBICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS CLIMÁTICAS DEL ÁREA DE ESTUDIO	28
4.1.1.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN MANTA	28
4.1.1.2. CLIMA Y METEOROLOGÍA	29
4.1.1.3. SUELO	29
4.1.1.4. RELIEVE	29

4.1.1.5. HIDROGRAFÍA	30
4.1.2. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICA.....	30
4.1.2.1. POBLACIÓN	30
4.1.2.2. EDUCACIÓN.....	31
4.1.2.3. OCUPACIÓN LABORAL POR SECTORES.....	31
4.1.2.4. INGRESO DE TURISTAS	32
4.1.2.5. SERVICIOS BÁSICOS	33
4.1.3. ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO DEL SECTOR TURÍSTICO.....	33
4.1.3.1. ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DAFO	33
4.1.3.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA ESTRATÉGICO GENERAL	36
4.1.3.3. SOLUCIÓN ESTRATÉGICA GENERAL.....	36
4.1.3.4. ESTRUCTURACIÓN DE ESTRATEGIAS	36
4.2. ESTUDIO DE MERCADO.....	37
4.2.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	37
4.2.1.1. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA.....	37
4.2.1.2. ANÁLISIS DE DATOS	38
4.2.1.3. DEFINICIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL DE CLIENTE POTENCIAL.....	44
4.2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	45
4.2.2.1. ESTIMACIÓN DEL PROMEDIO DE VISITAS AL PARQUE ACUÁTICO	45
4.2.2.2. DEMANDA POTENCIAL	46
4.2.2.3. DEMANDA REAL	47
4.2.2.4. DEMANDA EFECTIVA	47
4.2.2.5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	48
4.2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y COMPETENCIA.....	49
4.2.3.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	49
4.2.3.3. OFERTAS DE LA COMPETENCIA.....	53
4.2.3.4. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE LA COMPETENCIA	55
4.3. ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD TÉCNICA.....	57
4.3.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	58
4.3.1.1. ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES DEL TERRENO	58
4.3.2. TAMAÑO DEL PROYECTO.....	59

4.3.2.1. ANÁLISIS Y DISTRIBUCIÓN DEL PROYECTO	59
4.3.3. ANÁLISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL.....	60
4.3.3.1. ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES FÍSICO-AMBIENTALES	60
4.3.3.2. ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DE LEOPOLD	62
4.3.3.3. ANÁLISIS DE LA MATRIZ DE LEOPOLD.....	64
4.3.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO	64
4.3.4.1. DISEÑO DEL PROYECTO.....	64
4.3.4.2. DESCRIPCIÓN DE LAS ÁREAS A IMPLEMENTARSE.....	65
4.4. ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA	70
4.4.1. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO	70
4.4.1.1. FACTIBILIDAD ECONÓMICA	70
4.4.1.2. IDENTIFICACIÓN, CUANTIFICACIÓN Y VALORACIÓN DE INGRESOS Y EGRESOS.	73
4.4.1.3. COSTO MANO DE OBRA DIRECTA Y ADMINISTRATIVOS	73
4.4.1.4. INSUMOS DE HOSPEDAJE Y RESTAURACIÓN	74
4.4.1.3. FLUJOS FINANCIEROS Y ECONÓMICOS	75
4.4.1.4. INDICADORES ECONÓMICOS Y SOCIALES VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO (VAN Y TIR)	77
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
5.1. CONCLUSIONES.....	78
5.2. RECOMENDACIONES.....	79
BIBLIOGRAFÍA	80

CONTENIDO DE CUADROS

Cuadro 4.1. Población del cantón Manta	30
Cuadro 4.2. Identificación de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.....	34
Cuadro 4.3. DAFO cruce de información	35
Cuadro 4.4. Determinación de estrategias	36
Cuadro. 4.5. Procedencia.....	38
Cuadro. 4.6. Estadía	38
Cuadro. 4.7. Ocupación	39
Cuadro. 4.8. Ingreso mensual	39
Cuadro. 4.9. Actividades que realizan.....	40
Cuadro. 4.10. Existencia de un parque acuático en Manta	40
Cuadro. 4.11. Frecuencia de visita al parque acuático.....	41
Cuadro. 4.12. Preferencias de horarios.....	41
Cuadro. 4.13. Preferencia de comida.....	42
Cuadro. 4.14. Ha visitado un parque acuático en los últimos 12 meses	42
Cuadro. 4.15. Gasto mensual en diversión	43
Cuadro. 4.16. Valor por ingreso al parque acuático	43
Cuadro. 4.17. Utilizaría los servicios que ofrecerá el parque acuático	44
Cuadro 4.18. Perfil de cliente	45
Cuadro 4.19. Promedio de visitas	46
Cuadro 4.20. Demanda potencial.....	46
Cuadro 4.21. Demanda real	47
Cuadro 4.22. Demanda efectiva.....	48
Cuadro 4.23. Proyección de la demanda	48
Cuadro 4.24. Catastro turístico de Manta.....	49
Cuadro 4.25. Explicativo de los competidores.....	53
Cuadro 4.26. Estimación mensual de la demanda	55
Cuadro 4.27. Estimación anual de la demanda.....	56
Cuadro .4.28. Proyección de la demanda	56
Cuadro 4. 29. Comparativo de precios de la competencia.....	57

Cuadro 4.30. Distribución del proyecto	59
Cuadro 4.31. Matriz de Leopold	63
Cuadro 4.32. Descripción de las áreas	66
Cuadro 4.33. Implementación de las cabañas	68
Cuadro 4.34. Capacidad por cabaña.....	68
Cuadro 4.35. Factibilidad económica	72
Cuadro 4.36. Identificación cuantitativa.....	73
Cuadro 4.37. Costo mano de obra directa	74
Cuadro 4.38. Insumos de egresos no operacionales	74
Cuadro 4.39. Capital de operación.....	75
Cuadro 4.40. Flujos financieros económicos.....	76
Cuadro 4.41. Indicadores económicos	77

CONTENIDO DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1. Hilo conductor del marco teórico.....	7
Figura 2. Estructura metodológica para el estudio de factibilidad de un parque acuático.....	24
Foto 4.1. Mapa del cantón Manta.....	28
Gráfico 4.1. Inflación Anual por ciudades.....	30
Gráfico 4.2. Porcentaje de nivel de educación	31
Gráfico 4.3. Población económicamente activa e inactiva	32
Gráfico 4.4. Ingresos de turistas en el cantón Manta	32
Gráfico 4.5. Porcentajes de viviendas con servicios básicos	33
Gráfico: 4.6. Procedencias	38
Gráfico: 4.7. Tiempo de estadía en la ciudad.....	38
Grafico 4.8. Ocupación.....	39
Gráfico: 4.9. Ingreso mensual	39

Gráfico 4.10. Actividades que realizan en su tiempo libre	40
Gráfico 4.11. Existencia de un parque acuático en Manta	40
Gráfico 4.12. Frecuencia de visita al parque acuático.....	41
Gráfico 4.13. Preferencias de horarios.....	41
Gráfico 4.14. Preferencia de comida	42
Gráfico 4.15. Ha visitado un parque acuático en los últimos 12 meses	42
Gráfico 4.16. Gasto mensual en diversión	43
Gráfico 4.17. Valor por ingreso al parque acuático	43
Gráfico 4.18. Utilizaría los servicios que ofrecerá el parque acuático	44
Figura 3. Las cinco fuerzas de Porter.....	50
Figura 4. Dimensiones del terreno.....	58
Foto 4.2. Emplazamiento del terreno	58
Foto 4.3. Emplazamiento del terreno	61
Foto 4.4. Emplazamiento del terreno	61
Foto 4.5. Emplazamiento del terreno	61
Figura 5. Plano de las infraestructuras del proyecto	64
Figura 6. Leyenda del parque.....	65
Figura 7. Planta arquitectónica del área administrativa.....	69

RESUMEN

El propósito de la presente investigación es determinar la factibilidad de un parque acuático en el cantón Manta, con la finalidad de establecer la viabilidad económica. Para sustento del estudio, se elaboró el marco teórico mediante un análisis de aspectos bibliográficos y referenciales. La metodología utilizada corresponde a una investigación de campo y descriptiva; los métodos aplicados fueron método científico, inductivo y deductivo, se emplearon técnicas y herramientas como guía de observación, encuesta y observación directa. Para el desarrollo de la investigación, se partió desde un diagnóstico situacional, se describieron la característica física y demográfica del cantón; seguido de un análisis interno y externo del sector turístico a través de la elaboración y análisis de la matriz DAFO. Procediendo con un estudio de mercado, donde se analizó la oferta, demanda y competencia, mediante una encuesta aplicada a los turistas locales y nacionales para identificar los gustos y preferencias de los mismos; se aplicó una ficha de observación a los establecimientos de recreación, obteniendo el perfil competitivo. Consecutivamente se realizó un análisis de factibilidad técnica con el que se determinó el tamaño y la distribución e ingeniería del proyecto, se elaboró un análisis de los impactos físicos-ambientales a través de la matriz de Leopold. Luego se procedió a efectuar un análisis de factibilidad económica-financiera mediante varios indicadores. Esto se lo desarrolló con la finalidad de determinar la factibilidad del proyecto, el cual dio como resultado la viabilidad del proyecto para el parque acuático en el cantón Manta.

PALABRAS CLAVE

Estudio de mercado, oferta turística, producto turístico, impacto ambiental.

ABSTRACT

The purpose of the present research is to determine the feasibility of an aquatic park in Manta Canton, with the purpose of establishing its economic viability. For the sustenance of the study, the theoretical framework was elaborated by means of an analysis of bibliographical aspects and references. The methodology applied corresponds to a field and descriptive research; the applied methods were scientific, inductive and deductive, technics and tools like observation, interviews and direct observation were used. For the development of the investigation, it started from a situational diagnosis describing the physical and demographic characteristic of the canton; followed by an internal and external analysis of the tourist sector through the elaboration and analysis of the SWOT matrix, proceeding with a market study, where the offer was analyzed, demands and competition, by means of a survey applied to local and national tourists to identify their likes and preferences; an observation record was applied to the recreation establishments, obtaining the competitive profile. Consecutively it carried out an analysis of technical feasibility with which was determined the size, distribution and engineering of the project, an analysis of the physical-environmental impacts was elaborated through the Leopold Matrix. Then proceeded to make an analysis of economic-financial feasibility using several indicators. This determined the feasibility of the project, which gave the viability of the aquatic park in Manta Canton.

KEY WORDS

Market study, tourist offer, tourist product, environmental impact.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Ecuador cuenta con un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible proyectado al año 2020, el cual tiene como misión ser una herramienta de planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo del turismo sostenible en el país, de acuerdo a este estudio, la industria del Turismo de Ecuador, en diciembre de 2005 se registraron 12.518 establecimientos turísticos, de los cuales representan el 5% los establecimientos de recreación y esparcimiento (MINTUR, 2007) sin embargo, en el catastro turístico del 2013 se registran 19.833 establecimientos turísticos, lo que representa el 39% de incremento, dado el resultado de 810 establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento, cifra que figura apenas el 4% del total de los establecimientos turísticos (MINTUR, 2013). De acuerdo a esto, solo ocho son parques acuáticos ubicados en las provincias de Bolívar, Chimborazo, Pastaza, Imbabura, Loja, Guayas, Los Ríos y Santa Elena.

Manabí es una provincia privilegiada, por su hermoso paisaje conformado por sus paradisíacas playas y parajes naturales, esencia turística que motiva anualmente a 600 mil turistas a visitar la provincia, cifra que se constituye en el 30% de los dos millones de turistas que recorren Ecuador cada año, de acuerdo a esto, en la provincia se registran 1.494 locales de alojamiento, recreación y restaurantes (El Diario, 2013). Esto conlleva a que se dé mayor interés y promoción a las actividades turísticas que se desarrollan en los sitios naturales, como son: turismo de sol y playa, ecológico, de naturaleza, gastronómico, de aventura, deportivo, y cultural, sin dejar de mencionar los asentamientos históricos, motivo por el cual se da el turismo arqueológico, artesanal y religioso; tomando en consideración la diversión y descanso de los turistas, es también considerado turismo de recreación, por lo que para realizar este tipo de turismo se necesita de establecimientos con servicios

complementarios, ya que los turistas buscan una zona de entretenimiento que les brinde seguridad y variedad de recreación en el mismo lugar y poder disfrutar en familia, debido a que las playas por ser un sitio de ingreso público se genera el turismo en masa, principalmente en los feriados, convirtiéndose en un lugar inseguro especialmente para los niños.

El cantón Manta además de poseer hermosas playas, es privilegiado por ser el primer puerto marítimo del Ecuador, cuenta también con un incremento de una amplia planta turística para la prestación de servicios, tanto público como privado, características que hacen de Manta una tierra turísticamente encantadora; de acuerdo al catastro turístico realizado por el I-Tur, Manta la regulación turística desde agosto 2009, se contaba dentro del catastro turístico 215 establecimientos, el mismo que, al 2014 se contabilizan 536 establecimientos turísticos, comprobando un alza de 321 establecimientos nuevos registrado desde el año 2009 hasta el 2014, de esta cifra incrementada sólo 299 establecimientos cuentan con la licencia única de funcionamiento (I-Tur, 2014). De acuerdo a esta situación, se genera un problema, puesto que de los 536 establecimientos turísticos que se registran, sólo 13 son centros de recreación, diversión y esparcimiento registrados con licencia de funcionamiento, dentro de los cuales constan 4 balnearios, 7 discotecas y 2 centros de recreación turística; por lo que existe una limitada oferta de centros de recreación y esparcimiento en el cantón Manta, esto se debe a la limitada capacitación en aspectos turísticos e inadecuada organización para la ubicación de los mismos que a su vez conlleva a que se encuentre restringido el espacio o la capacidad para la implementación de dichos establecimientos. Por todo lo antes mencionado se plantea la siguiente interrogante.

¿De qué forma es posible determinar la factibilidad de un parque acuático en el Cantón Manta que posibilite la viabilidad económica?

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Partiendo desde el punto de vista teórico, según Ramírez *et al.*, (2009) el estudio de factibilidad es el análisis que determina si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales. Para el compendio de la presente investigación se toman como referencias los modelos de investigación realizados por: Eras (2013) Estudio de factibilidad para la creación de un parque recreacional en la ciudad de Loja; Beltrán (2013) Estudio de factibilidad para el diseño e implementación de un parque acuático en el cantón Esmeraldas, con un enfoque basado en procesos. Basándose en los modelos antes mencionados se busca determinar la factibilidad del parque acuático en el cantón Manta.

1.2.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Para el contexto de este estudio y el cumplimiento de los objetivos planteados, se realiza una investigación de campo y descriptiva, utilizando los métodos inductivo-deductivos, para lo cual se toman como base los modelos metodológicos propuestos por Tapia (2010), Guijarro (2013), Vargas (2011), Barahona (2012) y Miranda (2013), aplicando las fases que mayor similitud presenten entre autores y que resulten ajustadas a los fines de esta investigación, de tal forma que los resultados esperados sean obtenidos con efectividad.

1.2.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

Vivir del turismo es un arte de creatividad que lo puede hacer un ciudadano con iniciativa y buena voluntad, esta investigación tiene como finalidad incrementar la diversidad de ofertas turísticas en el cantón y aportar con nuevas iniciativas, así mejorar la calidad de vida de su población, tomando en consideración la ubicación estratégica en la que se encuentra el cantón Manta, siendo esta un alto potencial turístico al que se le puede sacar provecho, ya sea por el entorno natural, la tranquilidad de su gente, la cercanía a la playa, la existencia del aeropuerto internacional y primer puerto marítimo en el Ecuador.

1.2.4. JUSTIFICACIÓN LEGAL

La Ley General de Turismo, tiene como objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; capítulo I, Art. 3 señala que son principios de la actividad turística, la iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional (MINTUR, 2002); sí mismo el capítulo segundo, sección cuarta, Art. 24 de la Constitución de la República del Ecuador (2008) indica que las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

1.2.5. JUSTIFICACIÓN AMBIENTAL

La actividad turística está íntimamente relacionada con el medio ambiente, por tal razón la protección del lugar y el entorno donde se va a desarrollar cada proyecto es de vital importancia para la sustentabilidad del mismo, así como planes, programas y campañas turísticas del país tienen como objetivos, consolidar el turismo responsable, sostenible y el cuidado del ambiente, lo cual se sustenta en el plan nacional para el buen vivir, cuyo documento es una herramienta que garantiza los derechos de la naturaleza y promover un

ambiente sano y sustentable para los seres humanos (SENPLADES, 2011); de la misma manera en el capítulo segundo, sección segunda, Art. 14 de la Constitución de la República (2008) se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

1.2.6. JUSTIFICACIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA

El estudio de factibilidad permite determinar la viabilidad de un producto turístico en un determinado lugar. De acuerdo al criterio de Pacheco *et al.*, (2011) los proyectos turísticos, como todo proyecto que requiere inversión, debe contar con estudios de factibilidad social, económica-financiera y ambiental que indiquen a la comunidad las posibilidades de su logro. Así mismo, el turismo de recreación permite alternativas para el desarrollo social y económico, ya que este ayudará al crecimiento turístico local, de tal manera que se abrirán nuevas plazas de trabajo tanto para profesionales, como para personas que desempeñan ocupaciones diferentes, convirtiéndose así en beneficio y a su vez mejorando el estilo de vida de los habitantes.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Estudiar la factibilidad de un parque acuático en el cantón Manta, para posibilitar la viabilidad económica.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Analizar los aspectos bibliográficos, teórico referencial, pasos metodológicos y técnicas de investigación para el desarrollo de un estudio de factibilidad aplicado a un parque acuático.
- ❖ Identificar la situación turística actual del cantón Manta mediante un estudio de mercado y determinar el mercado objetivo para el parque acuático.
- ❖ Desarrollar el estudio de factibilidad analizando los aspectos técnico, ambiental y económico-financiero que permitan determinar la viabilidad del parque acuático en el cantón Manta.

1.4. IDEA A DEFENDER

Si se realiza un estudio de factibilidad para un parque acuático en el Cantón Manta, entonces, es posible determinar la viabilidad económica y rentabilidad, de su valoración como oferta turística futura.

Variable Independiente: Estudio de factibilidad.

Variable Dependiente: Viabilidad y rentabilidad económica.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se describen los conceptos fundamentales, resultados del análisis bibliográfico del marco teórico y definiciones acorde al tema de investigación, en el que los autores citados hacen referencia; en un breve análisis se puntualizan los aspectos más relevantes de cada componente a investigar, tales como la competencia, promoción, oferta, demanda, estudio de mercado, técnico, financiero, ambiental y otros factores que conllevan al que es necesario investigar y analizar para obtener un estudio enmarcado en la factibilidad del desarrollo del parque acuático, para lo cual se elaboró un hilo conductor el cual se muestra en la siguiente figura.

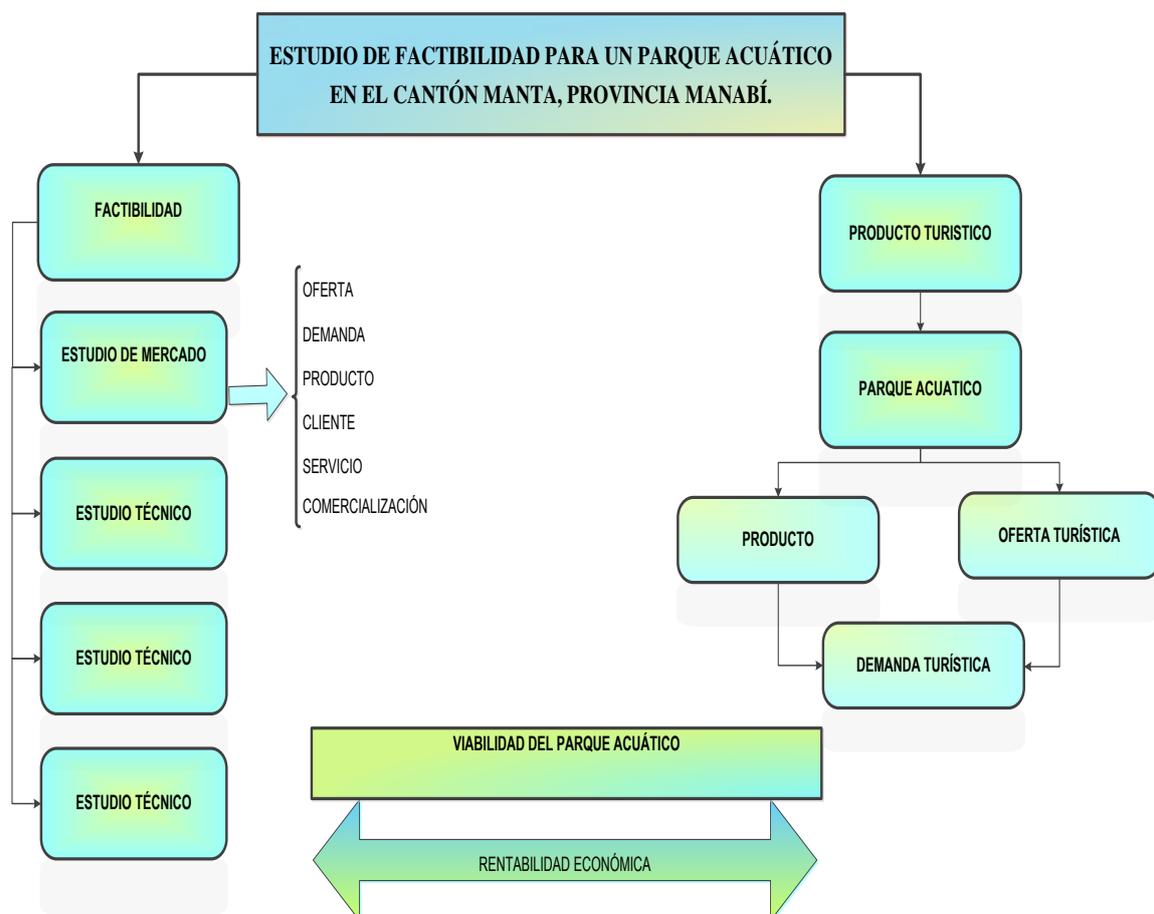


Figura 1. Hilo conductor del marco teórico
Fuente: Elaborado por4 las autoras

2.1. FACTIBILIDAD

De acuerdo al criterio de Guijarro (2013) el estudio de factibilidad es un instrumento utilizado para determinar la viabilidad de una propuesta empresarial. Aunque la estructura de los estudios de factibilidad pueden variar, el análisis debe evaluar exhaustivamente la propuesta de la empresa y concentrarse especialmente en el mercado y la viabilidad financiera, definición que se une al criterio de Kelety (1998) citado por Taco (2013) donde define la factibilidad como las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso, de acuerdo a este criterio Taco (2013) crea su propia definición donde expone que factibilidad también se lo denomina como estudio de viabilidad, es el examen amplio de las consecuencias económicas, financieras y sociales de una inversión proporcionada, una opción tecnológica y estudio de pre-factibilidad.

La factibilidad es un proceso que se realiza para determinar el estudio de un proyecto o un producto con la finalidad de determinar la viabilidad, la acogida o rechazo del mismo. Este análisis se realiza con la finalidad de determinar estrategias de producción y comercialización con el objetivo de que el producto triunfante tenga mejor acogida en el mercado.

2.1.1. ESTUDIO TÉCNICO

Según la definición de Baca (2010) citado por Fuenmayor (2014) expresa que el estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal, dividen al estudio técnico en cuatro partes que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto, análisis organizativo, administrativo y legal, mientras

que para Rosales (2005) citado por Taco (2013) el estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas; así mismo Morales (2010) opina que el estudio técnico permite determinar la función de producción óptima; es decir los procesos, procedimientos y combinación de medios de producción para la producción del o los bienes y servicios que pretende ofrecer el proyecto. Como complemento a lo anterior, se debe determinar la capacidad instalada y la localización del proyecto.

El estudio técnico permite determinar el tamaño óptimo del proyecto empezando desde el terreno, maquinarias, materia prima, la localización, producción de los bienes y servicios, costos de inversión y todos los equipamientos necesarios para el funcionamiento del proyecto, esto se realiza para tener un inventario de todas las herramientas que se requieren para la actividad.

2.1.2. FACTIBILIDAD ECONÓMICA-FINANCIERA

Según Gomes *et al.*, (2014) la factibilidad económica-financiera constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión; criterio que coincide con el de Gómez (2001) citado por Taco (2013) donde define que el estudio económico-financiero compara los flujos de beneficios y costos, accede a decretar si conviene realizar o no la investigación, en otras palabras si es o no rentable y si siendo favorable es pertinente desarrollarlo en ese momento o simplemente cabe postergar su apertura; mientras que Godoy (2011) argumenta que el estudio financiero es concerniente a los proyectos de inversión, tiene como objetivo determinar de manera cuantitativa, la magnitud de la inversión que se determinó mediante el estudio técnico.

El análisis financiero permite conocer la cantidad la inversión del proyecto permitiendo determinar los beneficios y pérdidas de la inversión y conocer si esta es rentable para la ejecución del proyecto.

2.1.3. IMPACTO AMBIENTAL

La SEMARNAT (Secretaría de medio ambiente y recursos naturales, 2015) define al impacto ambiental como la “Modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza”. Un huracán o un sismo pueden provocar impactos ambientales, dichos impactos también pueden ser provocados por obras o actividades que se encuentran en etapa de proyectos (impactos potenciales), o sea que no han sido iniciadas, en este sentido, la Evaluación del Impacto Ambiental (EIA); precisamente el criterio de Dellavedova (2010) coincide, ya que indica que existe impacto cuando una acción o actividad provoca una alteración favorable o desfavorable al medio ambiente o alguno de sus componentes. Esta acción puede provenir de un proyecto de obra, un programa, un plan, una ley o cualquier otra acción administrativa con implicaciones ambientales; por otro lado este mismo autor Dellavedova (2010) argumenta que el impacto ambiental es una acción sobre el medio ambiente, se considera como la diferencia entre la situación del medio ambiente futuro modificado y la situación como habría evolucionado normalmente sin la alteración provocada por dicho impacto. Cuyas definiciones aportan al impacto ambiental como una verdadera acción ya sea causada por el hombre o por la naturaleza que en ambos ámbitos puede ser amigable o no con el ambiente.

Impacto ambiental se produce cuando una acción provoca una alteración desfavorable en el medio ambiente, estas variaciones pueden ser provocadas por la actividad del hombre o cambios de la naturaleza.

2.2. VIABILIDAD

De acuerdo al criterio de Vega (2007) la viabilidad consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos. En términos generales, los estudios de viabilidad buscan contestar la pregunta sobre si resulta deseable el establecer o ampliar una empresa a base del rendimiento económico que se obtendría de la misma. Sin embargo Zúñiga (2007) define que el análisis de viabilidad de un proyecto es un procedimiento previo a la realización del estudio de factibilidad. Este último implica análisis más técnico y riguroso, que llevan a determinar si el proyecto es factible desde el punto de vista económico y técnico, a esto se une la idea de Torres (2015) que afirma que un estudio de viabilidad se puede definir como aquel análisis y evaluación de información procedente de varios ámbitos, que permitirán conocer si una idea o propuesta como es el caso, podrá ser económicamente rentable.

Se puede conceptualizar la viabilidad como un agregado de acciones y movimientos que se llevara a cabo para determinar las condiciones y los recursos o disponibilidades que deben coincidir para realizar el proyecto y solucionar el o los problemas que se busca atender.

2.3. RENTABILIDAD ECONÓMICA

Según Macas *et al.*, (2010) la rentabilidad es la medida de productividad de los fondos comprometidos en un negocio y desde el punto de vista del análisis a largo plazo de la empresa, donde lo importante es garantizar su permanencia y crecimiento y por ende el aumento de su valor que es el aspecto más importante a tener en cuenta, así mismo afirma que la rentabilidad económica es la relación entre el beneficio antes de intereses e impuestos y el total de los activos criterio que se une a el de Molina *et al.*, (2010) quien conceptualiza la

rentabilidad económica o la inversión como una medida referida a un determinado periodo de tiempo del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos, se rige así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial. Por otro lado, la (UEIE. S.L.) Unidad Editorial Información Económica S.L. (2015) la rentabilidad económica es el beneficio renta expresado en términos relativos o porcentuales respecto a alguna otra magnitud económica, como el capital total invertido o los fondos propios. Frente a los conceptos de renta o beneficio que se expresan en términos absolutos, esto es, en unidades monetarias, el de rentabilidad se expresa en términos porcentuales. Se puede diferenciar entre rentabilidad económica y rentabilidad financiera.

La rentabilidad económica es considerada como una disposición de los activos de una empresa para generar valor con autonomía de la forma que han sido financiados, lo que admite la asimilación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las estructuras financieras puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad.

2.4. ESTUDIO DE MERCADO

Según Guanquiza *et al.*, (2010) el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos y resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado. Es decir busca probar que existe un número suficiente de consumidores y empresas que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifica la inversión; así mismo Godoy (2011) expresa que el estudio del mercado, permite determinar la cantidad de bienes o servicios que la población está dispuesta a adquirir a precios convenientes en un periodo determinado, y obtener datos que al ser procesados mediante herramientas estadísticas, permiten obtener como resultados la aceptación o

no de un producto o servicio y adquirir información de los potenciales clientes; mientras que para Agudelo (2013) se trata de una conformación de mercados en la que está determinada, principalmente por las leyes de oferta y demanda, las cuales, al combinarse, generan diferentes estructuras de competencia.

El estudio de mercado es un proceso que realizan las empresas, el cual consiste en analizar datos e información acerca de los posibles clientes y competencias, definir estrategias y otros componentes, que ayudan a la toma de decisiones al momento de lanzar un producto o servicio al mercado, con el análisis de mercado es posible determinar las necesidades del consumidor y de esta forma crear el producto que se ajuste a sus necesidades.

2.4.1. OFERTA TURÍSTICA

Según Barroso *et al.*, (2010) la oferta turística está formada por un conjunto de elementos que forman el producto turístico de un destino; como los atractivos y los servicios (que justifican su existencia casi exclusivamente en virtud del turismo), los servicios públicos y la infraestructura básica. Todos estos elementos aislados poseen escaso valor turístico, pero si están agrupados pueden componer lo que se denomina producto turístico; por otro lado, Cabarcos (2010) define la oferta turística como el conjunto de bienes y servicios que los productores del sector están dispuestos a ofertar u ofrecer a determinado precios; esto se complementa con lo señalado por Arruda, *et al.*, (2012) que cita a Lemos (2003) donde coincide que la oferta turística es la cantidad de bienes y de servicios que una empresa (o conjunto de empresas) está apta para producir y colocar en el mercado a determinado precio, con determinada calidad, en determinado lugar y por determinado período de tiempo.

La oferta turística se compone por un sinnúmero de facilidades turísticas como hoteles, restaurantes, centros de recreación, para la satisfacción del turista, también se podría definir la oferta turística como el disfrute de los materiales intangibles que se pueden encontrar en el entorno que nos rodea: el clima, cultura, paisajes; todo esto con la finalidad de satisfacer las necesidades de los turista y que él pueda disfrutar de una experiencias agradable.

2.4.2. DEMANDA TURÍSTICA

De acuerdo al criterio de Álava (2013) la demanda turística opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios; por otro lado Iranzo *et al.*, (2003) citado por Flores *et al.*, (2012) afirman que la demanda turística abarca tanto el desplazamiento necesario como todos los bienes y servicios requeridos por el consumidor durante dicho desplazamiento; mientras que Vela (2012) define que la demanda turística es el conjunto de servicios efectivamente solicitados por el consumidor que cubre la demanda del mercado; por otro lado Roget *et al.*, (2000) citado por Rigol *et al.*, (2011) mencionan que la demanda turística, puede ser definida de un modo semejante a cualquier otro tipo de demanda, aunque tiene, no obstante, unas características que la diferencian de la demanda de aquellos otros bienes o servicios no turísticos, las cuales se deben tener en cuenta para no caer en simplificaciones y para evitar posibles errores futuros de planificación que se podrían producir por el hecho de obviarlas.

La demanda turística es todo un conjunto de bienes, servicio, facilidades y productos que un turista desea para satisfacer sus necesidades en un tiempo determinado, así como se podría considerar la demanda turística como todo aquel producto que es demandado por el turista o visitante, y que se da con el objetivo de satisfacer sus necesidades.

2. 5. PRODUCTO TURÍSTICO

De acuerdo a la OMT (Organización Mundial del Turismo, 1998) citada por Barroso *et al.*, (2010) define el producto turístico como el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores; mientras que según lo definido por Valls (2004) citado por Lilliam *et al.*, (2011) precisa al producto turístico como la ciencia económica del producto genérico, pero adquiere una serie de matices propios, sin los cuales sería imposible el desarrollo de las experiencias que busca el turista fuera del lugar de residencia y de trabajo habitual; criterio que se une al de Orgando *et al.*, citado por Vela (2012) donde menciona que los productos turísticos están formados por un agregado de infraestructura, equipamiento, servicios públicos, servicios turísticos, valores y atributos de imagen, que ofrecen en un determinado territorio y que el turista conforma y consume libremente, de acuerdo a sus necesidades y preferencias; así mismo Luque (2009) citado por Vela (2012) argumenta que un producto turístico está constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para visitar. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual.

Producto turístico es un conjunto de servicios, facilidades turísticas que combina lo tangible e intangible para crear una experiencia agradable al turista o visitante, en un área fuera del lugar de residencia habitual, esperando poder satisfacer las necesidades del turista o consumidor.

2.6. CLIENTE

Según lo mencionado por el DMC.S.A (Diccionario de Marketing, de Cultural S.A. 1999) citado por Terán (2011) al cliente es un término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su

nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía; sin embargo Aguirre (2013) conceptualiza al cliente como la persona que, teniendo la necesidad de adquirir un producto, actúa en una acción de compra para satisfacer esa necesidad, bien de manera directa o indirecta, o bien de forma inmediata o aplazada. Es selectivo para satisfacer su motivación de compras; así mismo Enríquez (2011) afirma que cliente son las personas u organizaciones que están dispuestas a comprar un producto o adquirir un servicio, el mercadólogo deberá realizar un análisis de los clientes reales y potenciales que existen en el mercado turístico.

El cliente es un comprador potencial, es quien compra nuestros productos o servicios de manera directa e indirecta ya sea para su propio disfrute, es por él, que se crean nuevos productos, nuevas alternativas de planificación que permitan cubrir todas expectativas o requerimiento.

2.7. SERVICIO

Terán (2011) indica que un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien; por otra parte según el criterio de Tubón (2011) el servicio al cliente es una potente herramienta de mercadeo. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales y estas son desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado a través de una calidad de trato, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes; de tal manera que según lo mencionado por Horovitz (1987) citados por De La Torre (2011) el servicio como el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la

reputación del mismo algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza; este criterio se une al de Aguilar *et al.*, (2010) donde argumentan que el servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia de la imagen y la reputación del mismo.

Se considera el servicio como la satisfacción al obtener un bien intangible obtenido de las prestaciones de bienes con el propósito de responder a las necesidades del consumidor, también se lo denomina como el conjunto de prestación que se dan en las organizaciones, este puede llegar a ser considerado como una estrategia del marketing hacia el cliente.

2.8. COMERCIALIZACIÓN

De acuerdo a Mankiw (2008) citado por Días (2013) se denomina comercialización a la planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado se encuentre en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requeridos, garantizando así unas ventas rentables; por otro lado Taco (2013) indica que la comercialización es la parte esencial en el funcionamiento de una empresa, por ende la comercialización no es la simple transferencia de productos o servicios hasta las manos del cliente; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar, es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al cliente la satisfacción que él espera con la compra de éste, en consecuencia Kotler (2003) citado por Taco (2013) conceptualiza que el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto al

mercado, mientras que para Tubón (2011) la comercialización es un puente entre la producción y el consumo y abarca todas aquellas actividades que se realizan con el propósito de hacer llegar productos y servicios a manos de los consumidores. En otras palabras, no la consideran como la realización material de las funciones de producción y diseño, si no como un proceso que influye sobre estas.

La comercialización inicia desde la materia prima del producto, hasta el consumo del mismo, entonces, se puede definir como la acción que se da o se obtiene de la elaboración de un producto o un servicio o la transferencia del mismo hacia el consumo del cliente, el cual es considerado como la parte final del proceso.

2.9. PARQUE ACUÁTICO

De acuerdo a la definición de Eras (2013) los parques acuáticos como centros de recreación masiva, construidos y equipados con atracciones y juegos básicamente con agua, son en esencia centros para disfrutar con seguridad durante horas en compañía de amigos y familiares. Están ubicados en todas partes del mundo, en cualquier tipo de zona climática, cerca o dentro de las ciudades; así mismo, este autor expresa que un parque acuático puede tener una diversidad de atracciones muy amplia, que se pueden determinar por la dimensión de terreno, la localización, el plan de negocio que se tenga, etc.; mientras tanto Alvarado (2013) menciona que un parque acuático es un parque de diversiones que cuenta con zonas de juegos con agua, tales como toboganes de agua, pastillas de salpicaduras, zonas de juegos de agua, ríos lentos, u otras actividades recreativas.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

Según Balestrini (1998) El marco metodológico es la instancia referida a los métodos, las diversas reglas, registros, técnicas, y protocolos con los cuales una teoría y su método calculan las magnitudes de lo real, de allí pues, que se deberán plantear el conjunto de operaciones técnicas que se incorporan en el despliegue de la investigación en el proceso de la obtención de los datos”. Siendo así, se sustentan en este capítulo los parámetros que demuestran la viabilidad de la investigación, se expone el proceso de los pasos metodológico propuesto para el desarrollo de la tesis, el cual se compone de fases, etapas y actividades consideradas para el estudio de factibilidad de un parque acuático.

3.1. CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS

3.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El objetivo principal del presente estudio, consistió en determinar la factibilidad de un parque acuático en el cantón Manta, para lo cual se escogieron dos tipos de investigación: la investigación de campo y la investigación descriptiva.

INVESTIGACIÓN DE CAMPO: la investigación de campo o investigación directa se aplicó durante todo el estudio, el cual permitió obtener la información requerida en el lugar de los hechos para su posterior aprovechamiento en el cumplimiento del proyecto.

INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA: este tipo de investigación se utilizó para obtener un análisis descriptivo e interpretación correcta de los hechos y sucesos actuales que facilitaron la obtención, tabulación e interpretación de datos.

3.1.2. MÉTODOS Y TÉCNICAS

En todo el proceso del desarrollo del estudio se obtuvieron los resultados mediante procedimientos sistemáticos, se consideraron los métodos, técnicas e instrumentos de investigación a los que se ajusta la investigación para alcanzar los objetivos plantados en el presente proyecto.

3.1.2.1. MÉTODOS

MÉTODO INDUCTIVO: de acuerdo a Admin (2010) este método sirve para estudiar los fenómenos o problemas desde lo particular hacia lo general, intenta ordenar la observación tratando de extraer conclusiones de carácter universal. De tal manera que se utilizó para analizar los fenómenos encontrados en los hechos de la investigación y adquirir información objetiva permitiendo definir conclusiones de la información adquirida.

MÉTODO DEDUCTIVO: Córdoba (2012) indica que este método permite establecer y llegar a la verdad partiendo de los conocimientos generales para poder establecer conocimientos específicos, lo que significa que se singulariza el problema planteado, logrando concentrar los aspectos de la investigación en aspectos puntuales. De acuerdo a lo mencionado por el autor, este método se utilizó para obtener datos mediante una encuesta aplicada a una muestra extraída del universo obteniendo así los datos estadísticos importantes para la investigación.

MÉTODO CIENTÍFICO: es un proceso sistemático que lleva a conocer la realidad objetiva, mediante aproximaciones sucesivas. El método científico utiliza medios que permiten profundizar y perfeccionar el conocimiento adquirido a través del tiempo como consecuencia del propio desarrollo de la ciencia (Hernández, 2002). Este método se aplicó en la presente investigación

para describir y explicar los resultados alcanzados mediante un análisis sistemático.

3.1.2.2. TÉCNICAS

Las técnicas utilizadas para obtener los datos precisos y concretos en la investigación fueron las siguientes:

ENCUESTA: esta técnica se aplicó mediante un cuestionario diseñado para la recolección de datos, dirigida a los turistas locales y nacionales que visitan el cantón Manta y así de esta forma poder diferenciar los gustos y preferencias de los mismos.

GUÍA DE OBSERVACIÓN: esta técnica de investigación se la diseñó en función de poder aplicar a los establecimientos de recreación turística que existen en el cantón Manta y sus alrededores, los cuales se tomaron como competencia indirecta y de esta manera se pudo obtener, analizar e interpretar los datos obtenidos.

Cabe indicar que para el complemento de una recopilación de información, datos, estadísticas y cifras concretas obtenidas en la investigación se utilizó también los instrumentos de revisión bibliográfica de libros, periódicos, revistas, proyectos de tesis, páginas web y datos de empresas.

3.1.3. FUENTES DE INVESTIGACIÓN

Para el presente estudio se utilizaron dos fuentes de investigación, siendo estas primaria y secundaria.

PRIMARIA: esta información fue obtenida directamente de habitantes y turistas que visitaron el cantón Manta durante el proceso del desarrollo de la

investigación; autoridades competentes y propietarios de establecimientos de recreación turística.

SECUNDARIA: la información secundaria fue extraída a través de datos bibliográfico que contienen información referente al estudio, así como: datos estadísticos, textos proporcionados por el I-Tur del GAD municipal del cantón Manta, así mismo se obtuvo información de periódicos, revistas, páginas web trabajos o investigaciones ya realizada y artículos científicos.

3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Según lo expuesto por Sampieri, *et al.*, (2006) el diseño de la investigación es el método y estructura de una investigación, escogidos por el investigador para realizar la recopilación y análisis de datos. Por otro lado Hernández *et al.*, (2003) señala que los diseños de investigación se pueden clasificar de dos maneras: experimental y no-experimental. La investigación que se diseñó para este estudio es no-experimental, ya que se observan fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos; es decir la guía de observación y la encuesta no van a influir en la respuesta del encuestado.

3.2.1. ESTRUCTURA METODOLÓGICA

En este capítulo se exponen un conjunto de metodologías propuestas por varios autores para el estudio de factibilidad de un producto turístico, las cuales fueron analizadas y comparadas entre sí para identificar la similitud entre una y la otra y de esta forma poder definir el modelo metodológico empleado como guía para el desarrollo de la investigación. Se tomó como referencia las obras de los siguientes autores: Tapia (2010); Vargas (2011); Barahona (2012); Guijarro (2013); Miranda (2013) para lo cual se analizaron y se tomaron en consideración por las semejanzas al tipo de estudio que en esta investigación se realizó. Una vez analizada cada una de las metodologías se consideraron

los aspectos con mayor relevancia, para la que se elaboró la matriz de comparación de criterios de autores (ver anexo 1).

MATRIZ DE SÍNTESIS DE CRITERIOS

El proceso para la elaboración de la matriz de síntesis de criterios de los autores anteriormente citados tiene como objetivo analizar los criterios de los diferentes autores, además se tomó en consideración las etapas que mayormente se repiten y que son ineludibles para realizar un estudio de factibilidad de un parque acuático. (Ver anexo 2)

La propuesta metodológica que se presenta fue elaborada en base a los criterios que contienen similitud y han sido tomados en consideración para realizar los estudios de factibilidad expuestos anteriormente en las diferentes obras, para lo cual se describen a continuación.

- Diagnóstico situacional
- Ubicación geográfica
- Características climáticas
- Población
- Estudio de mercado
- Análisis de la oferta
- Análisis de la demanda
- Estudio técnico
- Localización del proyecto
- Estudio de impacto ambiental
- Estudio económico-financiero
- Estados financieros

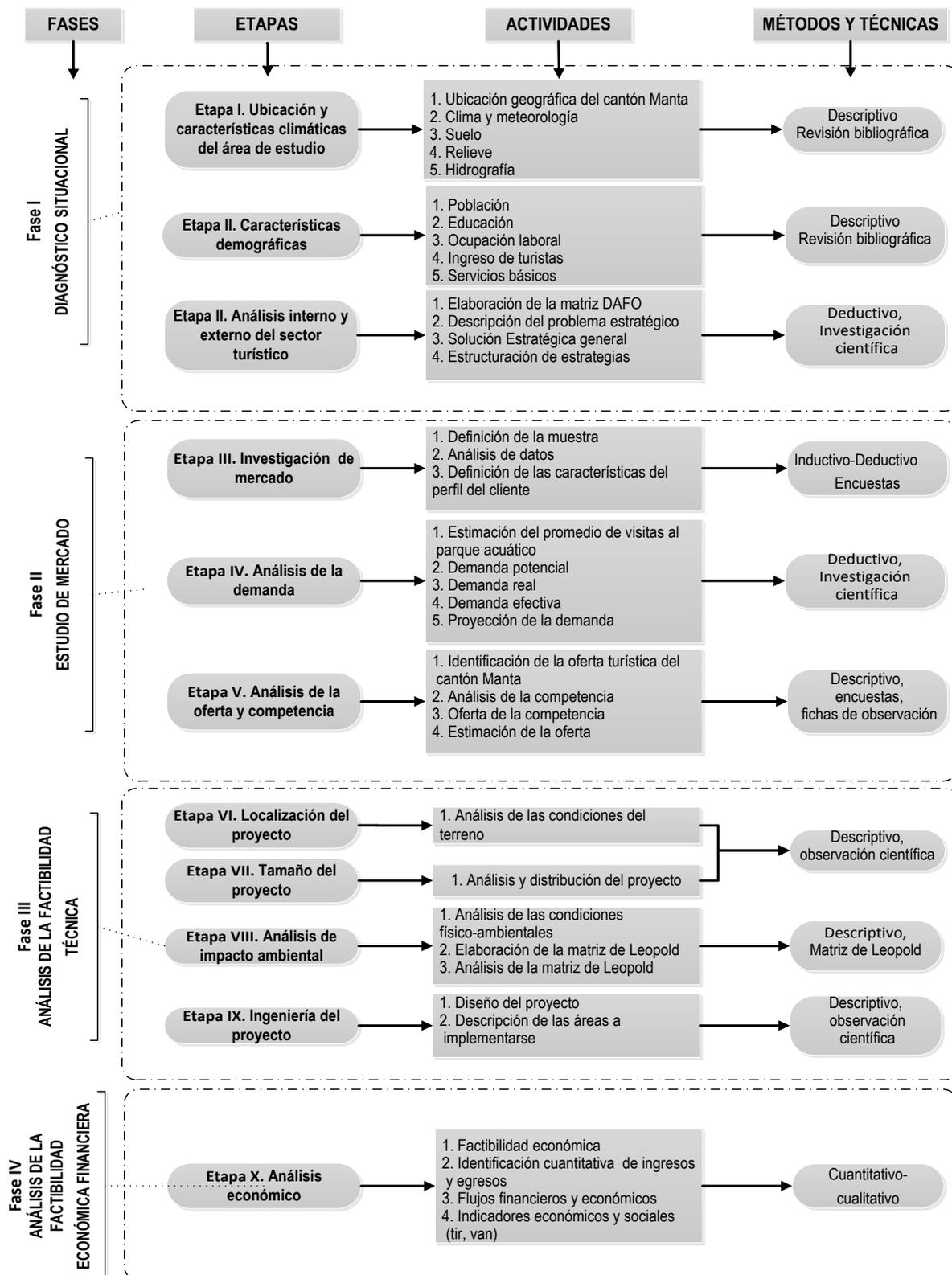


Figura 2. Estructura metodológica para el estudio de factibilidad de un parque acuático. Elaborado por las autoras

FASE I. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Esta fase se inició con un diagnóstico situacional, identificando la ubicación geográfica y características climáticas del cantón Manta, realizando una revisión bibliográfica. Así mismo se describieron las características demográficas, así como población, educación, ocupación laboral entre otros, utilizando los datos proporcionados por el INEC (2010). Se realizó el análisis interno y externo del sector turístico donde se elaboró la matriz de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO) describiendo el problema estratégico y determinando así la solución estratégica general concluyendo esta fase con la estructuración de estrategias de manera deductiva mediante una investigación científica.

FASE II. ESTUDIO DE MERCADO

En esta fase se inició realizando una investigación de mercado, para lo que se calculó el tamaño de la muestra tomando la fórmula de población infinita y seguidamente se procedió al análisis de datos. Se determinó la característica del perfil del cliente mediante encuestas dirigidas a turistas.

FASE III. ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD TÉCNICA

Se identificó la localización del proyecto (parque acuático) en base a los resultados obtenidos con la encuesta y el análisis de las condiciones del terreno para lo cual se determinó el tamaño del proyecto. Se analizó los posibles impactos ambientales que se puedan dar en la ejecución del proyecto, utilizando la matriz de Leopold, culminado esta etapa con la descripción e ingeniería del proyecto donde se realiza el diseño del parque acuático.

FASE IV. ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA

En esta última fase, se realiza el análisis económico para determinar la factibilidad económica del proyecto identificando cuantitativamente los ingresos y egresos, se calcula el flujo financiero y económico e identificadores económicos y sociales valor actual neto y tasa interna de retorno (VAN y TIR).

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. POBLACIÓN

Se entiende por población a un grupo de individuos con características similares que forman una comunidad, para Arias (2006) es el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda limitada por el problema y por los objetivos del estudio. Para los fines de esta investigación se manejará una población objeto de estudio la cual estará formada por un grupo de personas con características comunes.

POBLACIÓN INFINITA: se considera población infinita cuando el número de individuos es desconocido, sin embargo Da Rocha (2008) menciona que la población es también considerada infinita cuando el total del universo es más de 30.000. Por lo tanto la fórmula que se toma para realizar el muestreo de la presente investigación es de población infinita tomada de los autores Murray Larry (2005) quienes la plantean de la siguiente forma:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{(e)^2} \quad [03.01]$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra.

z: Nivel de confianza

p: Probabilidad a favor

q: Probabilidad en contra (1-p).

e: Error de la muestra

3.3.2. MUESTRA

Es la parte de la población que se selecciona, y de la cuál realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio, Según Tamayo *et al.*, (1997) citado por Franco (2014) afirma que la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico.

3.3.2.1. TIPO DE MUESTREO

El muestreo se clasifica en probabilístico y no probabilístico. El probabilístico, es aquel donde todos los miembros de la población tienen la misma opción de conformarla a su vez pueden ser: muestreo aleatorio simple, muestreo de azar sistemático, muestreo estratificado o por conglomerado o áreas. El no probabilístico, la elección de los miembros para el estudio dependerá de un criterio específico del investigador, lo que significa que no todos los miembros de la población tienen igualdad de oportunidad de conformarla. La forma de obtener este tipo de muestreo es: muestra intencional u opinática y muestra accidentada o sin norma (Castro 2003).

MUESTREO PROBABILÍSTICO O ALEATORIO SIMPLE: el tipo de muestreo que se seleccionó para determinar la muestra en esta investigación fue el muestreo probabilístico aleatorio simple, ya que este consiste en elegir una muestra de una población al azar, partiendo de enumerar los elementos de la población que contiene la muestra, los elementos que la compongan se han de elegir aleatoriamente entre los N de la población. (Cantoni, 2009).

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

4.1.1. UBICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS CLIMÁTICAS DEL ÁREA DE ESTUDIO

4.1.1.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN MANTA

El presente estudio se realizó en el cantón Manta, situado al suroeste de la provincia de Manabí a orillas del Océano Pacífico, tiene una superficie de 292,89 km², con un área urbana de 6.049,23 hectáreas, y un área rural de 23.239,77 hectáreas, limita, al norte, sur, y oeste con el océano pacífico, al sur con el Cantón Montecristi, y al este los Cantones Montecristi y Jaramijó, se ubica entre las coordenadas geográficas 00°57' de latitud sur y 80°42' de longitud oeste, con una altura de 6 a 20msnm. Manta está conformada por siete parroquias, cinco urbanas: Manta (cabecera cantonal), Targuí, Los Esteros, Eloy Alfaro, San Mateo, y dos rurales: San Lorenzo y Santa Marianita. (Gobierno Provincial de Manabí, 2013).



Foto 4.1. Mapa del cantón Manta

4.1.1.2. CLIMA Y METEOROLOGÍA

El clima del cantón está marcado fuertemente por la presencia de las corrientes fría de Humboldt y cálida de El Niño, usando el concepto de zonas climáticas, se puede catalogar al cantón Manta como de clima tropical mega térmico semiárido, con precipitaciones promedio de 210 mm, y humedad relativa media anual del 65%. Tiene una temperatura media de 28°C en el invierno; mientras que en el verano en determinadas épocas provoca olas de frío donde la temperatura baja a 20°C y 22°C (Gobierno Provincial de Manabí, 2013)

4.1.1.3. SUELO

El tipo de suelo del cantón Manta es muy variado. Desde el sitio El Murciélago hacia el oeste, la línea de playa es acantilada, de suelo arcilloso consolidado y erosionable. La zona este, está conformada por arenales y depósitos aluviales. El relieve o suelo del cantón Manta es bastante irregular, tiene montañas de poca altura, y pequeñas extensiones de territorio de características estéril o seca con pequeños arbustos que sirven para producir leña y carbón. En las montañas de Pacoche y San Lorenzo se encuentran fuentes y vertientes naturales de agua (Ministerio de Ambiente, 2013).

4.1.1.4. RELIEVE

Su territorio es irregular aunque carece de elevaciones altas, las montañas de Pacoche, San Lorenzo y El Aromo, situadas en el centro del territorio cantonal, son elevaciones de mayor importancia que apenas alcanzan unos 200 msnm. La costa marítima del cantón tiene altos acantilados, las entradas y salientes de mar forman las pequeñas ensenadas de Santa Rosa, Las Piñas, Liguique y San Mateo (Ministerio de Ambiente, 2013).

4.1.1.5. HIDROGRAFÍA

El Cantón Manta tiene tres principales micro cuencas que la conforman: Río Manta, Río San Mateo y Río Cañas, todas incluidas dentro de la cuenca Manta que abarca una extensión de 1.024 km² (Ministerio de Ambiente, 2013).

4.1.2. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICA

4.1.2.1. POBLACIÓN

Según el INEC (2010) en el censo de población y vivienda, el cantón Manta cuenta con 226.477 habitantes, distribuidos en 213.174 en la zona urbana y 13.303 en la zona rural, lo que indica que la población de Manta porcentualmente ocupa el 1,56% aproximadamente de los 14.483.499 millones de habitantes que existen en el Ecuador, características que se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro 4.1. Población del cantón Manta

Áreas	Población del cantón manta censo 2010		
	Total	Hombres	Mujeres
Total	226.477	111.403	115.074
Urbana	213.174	101.620	106.447
Rural	13.303	9.783	8.627

Fuente: INEC censo 2010

El cantón Manta mostró un crecimiento de población total de 192.322 habitantes en el año 2001, representando una tasa de crecimiento promedio de 17,75% hasta el año 2010, por lo tanto en estos años, el aumento poblacional ha sido proporcional (INEC, 2010).

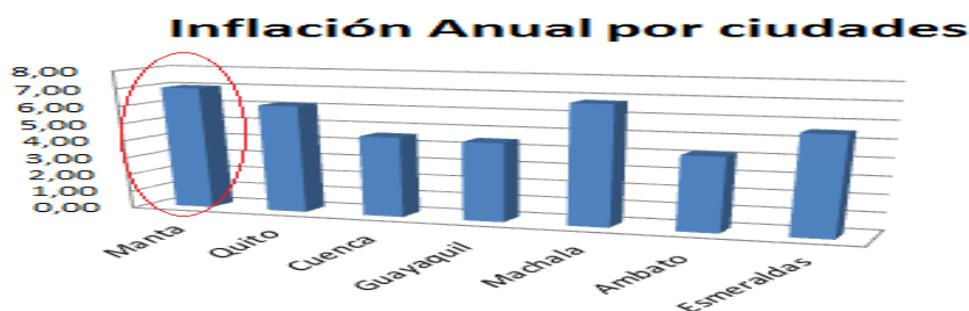


Gráfico 4.1. Inflación Anual por ciudades
Fuente: INEC censo 2010

4.1.2.2. EDUCACIÓN

El promedio de asistencia en educación básica es de 93,81%; así mismo el promedio en educación primaria es de 94,2%, mientras que en la asistencia en educación bachillerato el promedio baja a un 60,45% y como se puede observar claramente en el gráfico a continuación la asistencia en educación superior es aún más baja representando apenas el 26,95% para la población del cantón Manta (INEC, 2010).

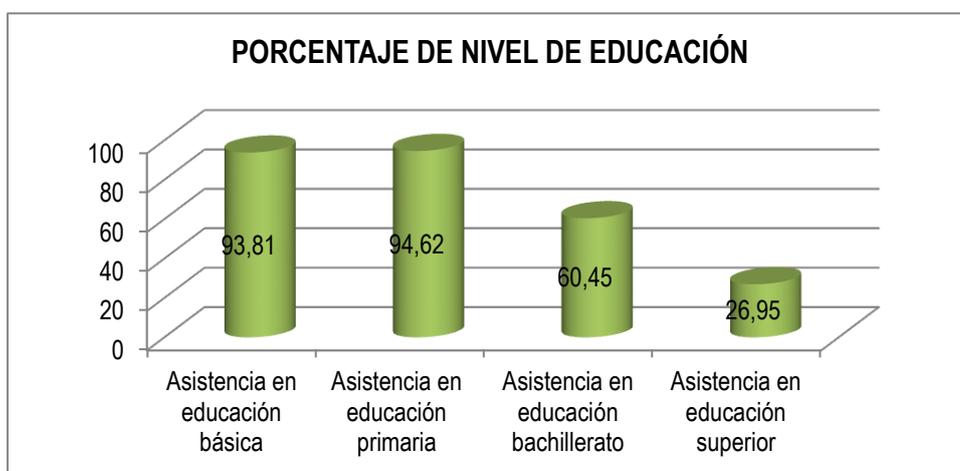


Gráfico 4.2. Porcentaje de nivel de educación
Fuente: INEC censo 2010

4.1.2.3. OCUPACIÓN LABORAL POR SECTORES

Según el INEC (2010) el total de la población en ocupación laboral es de 83.617 habitantes de los cuales: 80.936 pertenecen al área urbana y 2.681 al área rural, bajo este aspecto los datos indican el total de personas encuestadas de 10 años en adelante que realizaron alguna ocupación por lo menos en una hora. En lo que respecta a los sectores (personas que declararon estar trabajando respectivamente); la población ocupada en comercio al por mayor y menor es de 19.260 habitantes, la población ocupada en agricultura, silvicultura, caza y pesca es de 5.985 habitantes, el sector de la población ocupada en manufactura es de 13.225 habitantes y la población ocupada en el sector público es de 10.206 habitantes.

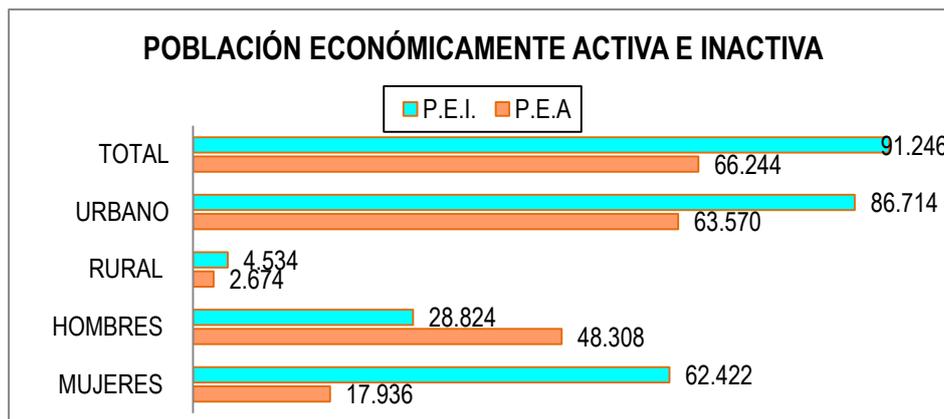


Gráfico 4.3. Población económicamente activa e inactiva
Fuente INEC censo 2010

4.1.2.4. INGRESO DE TURISTAS

Según los datos estadísticos que constan en la oficina de atención e información al turista I-Tur de Manta, en el 2014 arribaron 768.000 turistas aproximadamente, cifras que se muestran en el siguiente cuadro estadístico que refleja cómo ha ido evolucionando el ingreso de turistas desde el año 2000 hasta el 2014 (I-Tur, 2014).



Gráfico 4.4. Ingresos de turistas en el cantón Manta
Fuente I-Tur Manta

4.1.2.5. SERVICIOS BÁSICOS

En el cantón Manta las viviendas reciben agua por tuberías, el porcentaje de viviendas con servicio de energía eléctrica es de 97,08%. El 22,43% de viviendas, disponen de servicio telefónico, el porcentaje de Viviendas con un adecuado sistema de eliminación de excretas es del 85,71%, y el 60,54% de las viviendas, se abastecen de agua por red pública en su interior (INEC, 2010).

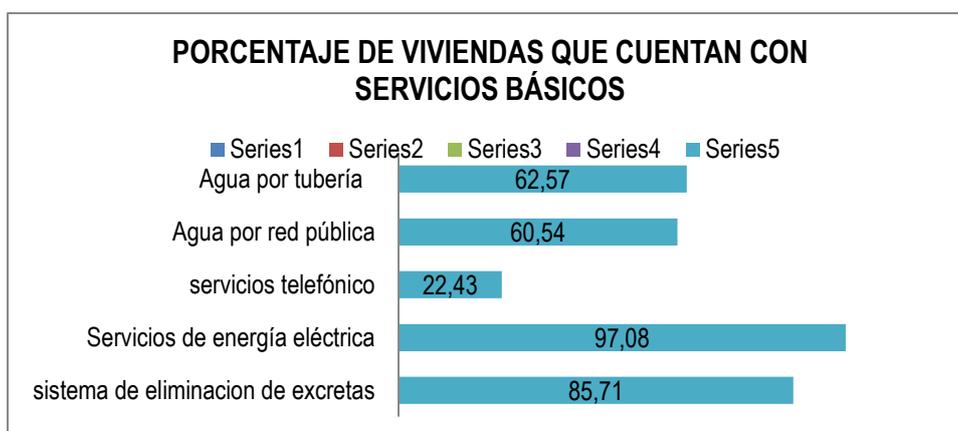


Gráfico 4.5. Porcentajes de viviendas con servicios básicos
Fuente INEC censo 2010

4.1.3. ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO DEL SECTOR TURÍSTICO

4.1.3.1. ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DAFO

El análisis interno y externo del sector turístico en el cantón Manta se realizó mediante la elaboración de la matriz DAFO, el cual dio como resultado lo siguiente, con respecto amenazas que intervienen en el sector turístico, las que se presentan con más notoriedad es la creciente contaminación causadas por la industria pesquera el cual aumenta la contaminación de los ríos y playas, sumados a estos también se presentan las amenazas de desastres naturales. Por otro lado en cuanto a las debilidades, es evidente el deficiente apoyo a los proyectos turístico por parte del GAD municipal, como también es notorio el incumplimiento de las ordenanzas municipales por parte de los prestadores de servicios particulares.

Con respecto a las fortalezas, se evidenció la existencia de iniciativa en cuanto a presentar productos turísticos de calidad además de contar con una infraestructura de plantas turísticas de importantes cadenas hoteleras. Así mismo, de acuerdo a lo analizado en las oportunidades el incremento de cadenas hoteleras es una oportunidad para aprovechar el la existencia de alianzas estratégicas con varias ONG's y apoyar al crecimiento del turismo interno.

Cuadro 4.2. Identificación de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ubicación estratégica del puerto y aeropuerto en la ciudad. ❖ Turismo de sol y playa. ❖ Plan de gestión ambiental. ❖ Iniciativa en la calidad de productos y servicios. ❖ Recursos pesqueros. ❖ Infraestructura turística e industrial instaladas (Generación de fuentes de trabajo). 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Interés del Gobierno Seccional por incentivar el turismo interno. ❖ Incremento de cadenas hoteleras. ❖ Existencia de alianzas estratégicas con varias ONG's. ❖ Existencia de leyes que protegen el medio ambiente. ❖ Industrias asentadas en el cantón. ❖ Recursos turísticos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Incumplimiento de ordenanzas municipales. ❖ Deficiente experiencia e iniciativa para la inversión de nuevos centros de recreación. ❖ Anomalía en la calidad de los servicios básicos. ❖ Insuficiente apoyo a los proyectos turísticos. ❖ Deficiente personal capacitado. ❖ Inseguridad ciudadana. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Bajo nivel socioeconómico. ❖ Posibles desastres naturales (tsunami). ❖ Contaminación causada por la industria pesquera y el uso de químicos. ❖ Contaminación de los ríos y playas.

Fuente: elaborado por las autoras

Cuadro 4.3. DAFO cruce de información

IMPACTOS (Leyenda) 3.- Fuerte impacto 2.- Mediano impacto 1.-No existe impacto			OPORTUNIDADES						AMENAZAS				TG		
			Interés del Gobierno Seccional por incentivar el turismo interno	Incremento de cadenas hoteleras	Existencia de alianzas estratégicas con varias ONG's	Existencia de leyes que protegen el medio ambiente	Industrias asentadas en el cantón	Recursos turísticos	Bajo nivel socioeconómico	Posibles desastres naturales	Contaminación causada por la industria pesquera y el uso de químicos	Contaminación de los ríos y playas	TG		
			O1	O2	O3	O4	O5	O6	T	A1	A2	A3	A4	T	
FORTALEZAS	Ubicación estratégica del puerto y aeropuerto	F1	3	3	2	2	3	3	16	2	2	3	3	10	26
	Turismo de sol y playa	F2	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	30
	Plan de gestión ambiental.	F3	2	1	1	3	1	1	9	1	3	3	3	10	19
	Iniciativa en la calidad de productos y servicios	F4	3	3	3	2	3	3	17	2	2	2	2	8	25
	Recursos pesqueros	F5	3	3	2	2	3	3	16	2	2	3	3	10	26
	Infraestructura turística e industrial instaladas (Generación de fuentes de trabajo)	F6	3	2	3	2	2	3	15	3	2	2	2	9	24
	T	17	15	14	14	15	19		13	14	16	16			
DEBILIDADES	Incumplimiento de ordenanzas municipales	D1	3	2	3	2	2	2	14	2	1	2	2	7	21
	Deficiente experiencia e iniciativa para la inversión de nuevos centros de recreación	D2	3	2	3	2	3	3	16	3	2	2	2	9	25
	Anomalía en la calidad de los servicios básicos.	D3	3	1	2	2	2	3	13	2	2	2	2	8	21
	Insuficiente apoyo a los proyectos turísticos	D4	3	1	2	1	2	3	12	3	2	1	2	8	20
	Deficiente personal capacitado	D5	2	1	2	2	2	2	11	3	2	1	2	8	19
	Inseguridad ciudadana	D6	3	2	2	2	3	3	15	2	1	1	1	5	20
	T	17	9	14	11	14	16		15	10	9	11			
TG			34	24	28	25	29	35		28	24	25	27		

Fuente: elaborado por las autoras

4.1.3.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA ESTRATÉGICO GENERAL

Si el bajo nivel socioeconómico continúa interfiriendo al cantón Manta, y este no es capaz de solucionar la deficiente experiencia e iniciativa para la inversión de nuevos centros de recreación, ni siquiera con un incremento del turismo de sol y playa, se podría aprovechar los recursos turísticos que posee el cantón.

4.1.3.3. SOLUCIÓN ESTRATÉGICA GENERAL

Si se solucionan las deficientes experiencias e iniciativas para la inversión de nuevos centros de recreación, y se desarrolla totalmente el turismo de sol y playa, podrían aprovecharse los recursos turísticos, para atenuar los efectos que provoca el bajo nivel socioeconómico.

4.1.3.4. ESTRUCTURACIÓN DE ESTRATEGIAS

Cuadro 4.4. Determinación de estrategias

<p style="text-align: center;">OFENSIVAS (MAXI-MAXI) 69 F2 Turismo de sol y playa O6 Recursos turísticos</p>	<p style="text-align: center;">DEFENSIVAS (MAXI-MINI) 63 F2 Turismo de sol y playa A1 Bajo nivel socioeconómico</p>
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Capacitación de los establecimientos hoteleros y de restauración para brindar un servicio de calidad. ❖ Implementar nuevas actividades turísticas. ❖ Crear nuevas oportunidades de implementación de lugares turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Programas de capacitación sobre protección y conservación de los lugares turísticos. ❖ Programa de limpiezas en las playas y lugares turísticos para cuidado de las mismas. ❖ Proyectos de iniciativa de nuevas fuentes de empleo.
<p style="text-align: center;">REORIENTACIÓN (MINI-MAXI) 64 D2 Deficiente experiencia e iniciativa para la inversión de nuevos centros de recreación O6 Recursos turísticos</p>	<p style="text-align: center;">SUPERVIVENCIA (MINI-MINI) 58 D2 Deficiente experiencia e iniciativa para la inversión de nuevos centros de recreación A1 Bajo nivel socioeconómico</p>
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Programas de capacitaciones para incentivar la inversión de nuevos establecimientos. ❖ Mejorar la calidad de los destinos turísticos. ❖ Fomentar el turismo interno. ❖ Difundir promoción turística a través de videos y fotografía. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Impulsar al desarrollo para la creación de nuevos centros de recreación turísticos. ❖ Incentivar el incremento de la oferta de los productos turísticos en la ciudad. ❖ Acciones de desarrollo y de promoción de los destinos, atractivos y productos turísticos.

Fuente: elaborado por las autoras

4.2. ESTUDIO DE MERCADO

4.2.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.2.1.1. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA

Para el cálculo de la muestra de la población del objeto de estudio realizado en el cantón Manta se tomó como referencia el total de turistas que ingresaron a Manta, el cual es de 768.000 (I-Tur, 2014) en la que se aplica la fórmula de población infinita como se expuso en el capítulo anterior.

Para el cálculo del tamaño muestral se tomaron los siguientes porcentajes:

Para el error muestral se tomó un margen de confiabilidad del 95% dándole el valor a la Z de 1,96

La probabilidad a favor es del 85%

La probabilidad en contra es del 15%

El error de la muestra se tomó el 5%

DESARROLLO DE LA FÓRMULA

$$Z_{\alpha=0.05} = 1.96$$

$$p = 0.85 \text{ y } q = 1-p = 1-0.85 = 0.15$$

$$e = 5\% = 0.05$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.85 * 0.15}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.85 * 0.15}{(0.0025)}$$

$$n = \frac{0.4898}{(0.0025)}$$

$$n = 195.92 \longrightarrow 196$$

El tamaño muestral arrojado por la formula aplicada fue de 196 personas, para la cual se diseñó la siguiente encuesta, (ver anexo 3).

4.2.1.2. ANÁLISIS DE DATOS

La encuesta se llevó a cabo en el cantón Manta específicamente en los lugares turísticos tales como las playas Murciélago, Tarquí y Santa Marianita, fueron realizadas a 196 personas. El objetivo de esta indagación es determinar el perfil turístico, de las personas que visitan el cantón Manta para conocer los posibles clientes que se encuentran en el mercado del cantón Manta, esta investigación permite determinar cuáles podrían ser los servicios que el usuario requiere para su satisfacción en el establecimiento del parque acuático, para constancia de esta actividad se muestran las evidencias (ver anexos 4-5-6)

1. Lugar de procedencia

Cuadro. 4.5. Procedencia

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nacional	143	73%
Extranjero	53	27%
TOTAL	196	100%

Elaborado: por las autoras

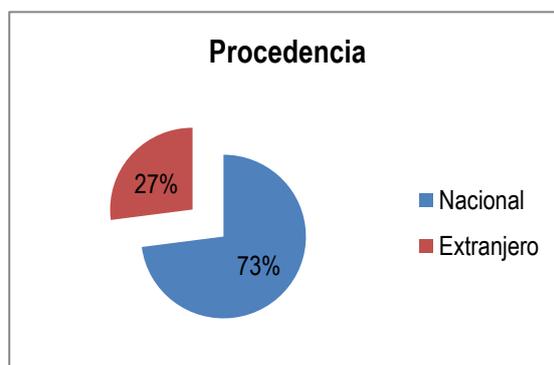


Gráfico: 4.6. Procedencias

Los turistas nacionales ocupan el mayor porcentaje que corresponde al 73%, y los turistas extranjeros ocupan un porcentaje del 27%.

2. Tiempo de estadía en el cantón Manta

Cuadro. 4.6. Estadía

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCETAJE
1 a 2	94	48%
3 a 4	62	32%
más de 5	40	20%
TOTAL	196	100%

Elaborado: por las autoras



Gráfico: 4.7. Tiempo de estadía en la ciudad

De los turistas encuestados el 48% manifestaron que el tiempo de estadía en la ciudad es de 1-2 días, el 32% de 3-4 días y el otro 20% agregó que su estancia es más de 5 días.

3. ¿Cuál es su ocupación que desempeña?

Cuadro. 4.7. Ocupación

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiante	30	15%
Trabajador	56	29%
Profesional	71	36%
Estudia y trabaja	31	16%
Otros	8	4%
TOTAL	196	100%

Elaborado por las autoras

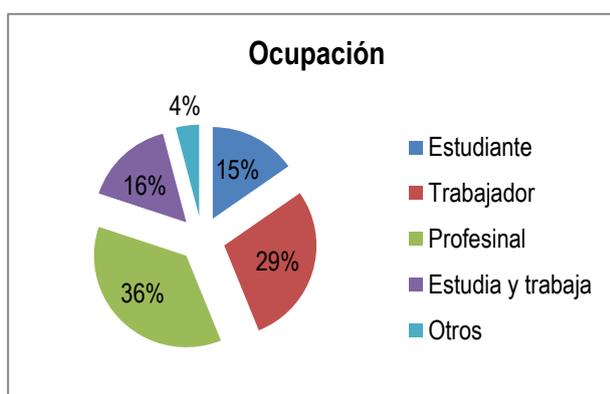


Gráfico 4.8. Ocupación

La ocupación a la que se desempeñan los 196 turistas encuestados el 15% corresponde a estudiantes, el 29% trabajador, el 36% a profesionales, el 16% estudia y trabaja al mismo tiempo y los otros 4% corresponde a otras labores.

4. ¿Cuál es su ingreso mensual?

Cuadro. 4.8. Ingreso mensual

OPCIÓN	PROCEDENCIA	PORCENTAJE
Menos de \$350	63	32%
\$350-\$650	60	31%
\$650-\$1200	28	14%
Más de \$2000	45	23%
TOTAL	196	100%

Elaborado: por las autoras

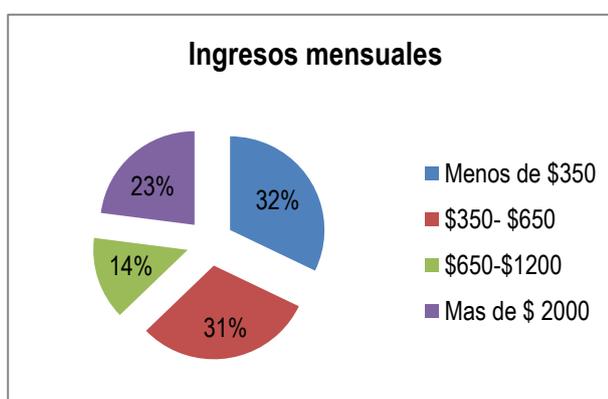


Gráfico: 4.9. Ingreso mensual

El ingreso mensual de \$350 corresponde al 32%; el 31% es de \$350-650; el 14% es de \$650-1200, y el 23% restante corresponde a más de \$2000, obteniendo el mayor porcentaje en el intervalo de menos de \$350.

5. Durante los tiempos libres. ¿Cuál de estas actividades usualmente haces?

Cuadro. 4.9. Actividades que realizan

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Viajar a algún lugar en especial	78	40%
Practicar algún deporte	13	7%
Visitar un centro de recreación y esparcimiento	77	39%
Quedarse en casa	28	14%
TOTAL	196	100%

Elaborado: por las autoras



Gráfico 4.10. Actividades que realizan en su tiempo libre

El intervalo más alto en este parámetro corresponde a viajar en algún lugar en especial con 40% luego le sigue, visitar un centro de recreación y esparcimiento con un 39% porcentaje.

6. ¿Le gustaría que hubiera un parque acuático en el cantón Manta?

Cuadro. 4.10. Existencia de un parque acuático en Manta

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	192	98%
No	4	2%
TOTAL	196	100%

Elaborado: por las autoras

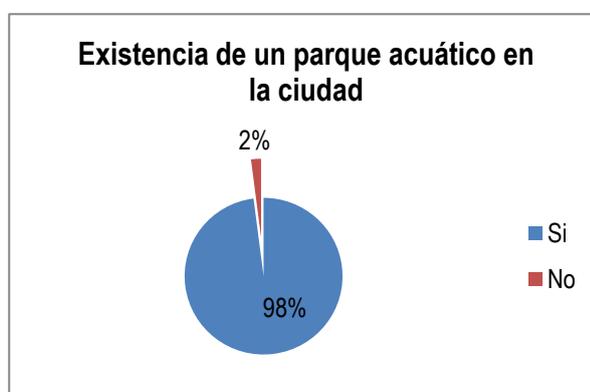


Gráfico 4.11. Existencia de un parque Acuático en Manta

El 98% de las personas encuestadas le gustaría la existencia de un parque acuático en la ciudad, mientras que al 2% restante contestaron que no sería interesante.

7. ¿Con que frecuencia visitaría el parque acuático?

Cuadro. 4.11. Frecuencia de visita al parque acuático

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez cada 7 días	73	37%
1 vez cada 15 días	76	39%
1 vez cada 30 días	47	24%
TOTAL	196	100%

Elaborado: por las autoras

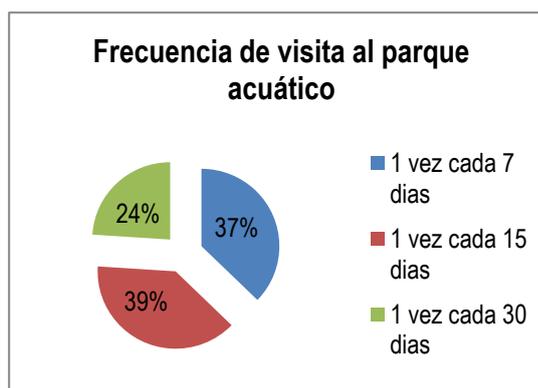


Gráfico 4.12. Frecuencia de visita al parque acuático

La posible frecuencia de visita al parque acuático sería de 37% 1 vez cada 7 días, el 39% 1 vez cada 15 días, 24% 1 vez cada 30 días, el intervalo más alto es el de 39% 1 vez cada 15 días.

8. ¿Qué horario prefieres?

Cuadro. 4.12. Preferencias de horarios

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8am- 6pm	63	32%
9am-7pm	98	50%
10am-8pm	35	18%
TOTAL	196	100%

Elaborado: por las autoras

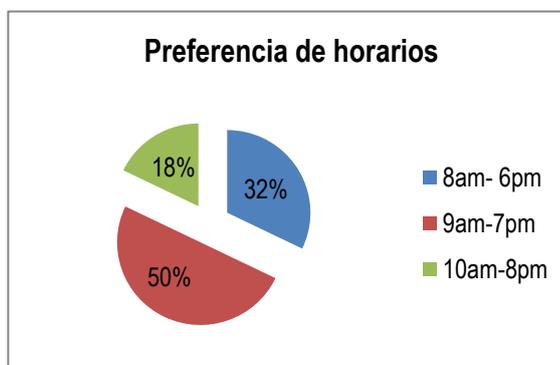


Gráfico 4.13. Preferencias de horarios

La preferencia de horarios que tienen las personas encuestada del el 50%visitaría el lugar de de 9am-7pm, 32% irían al lugar8am- 6pm y el 18% restante acudirían de 10am-8pm.

9. ¿Qué servicio de comida prefieres?

Cuadro. 4.13. Preferencia de comida

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Típica	51	26%
Rápida	27	14%
Snack	21	11%
Light	38	19%
Variedad	59	30%
TOTAL	196	100%

Elaborado: por las autoras

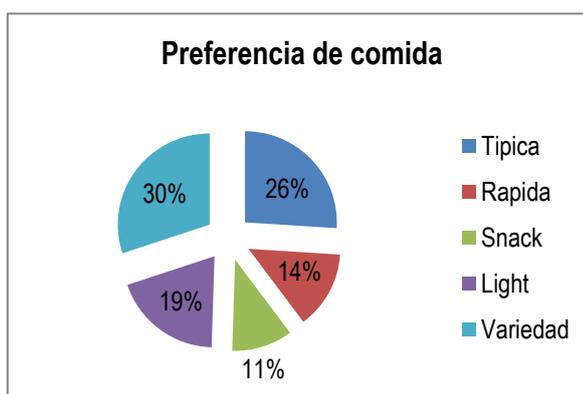


Gráfico 4.14. Preferencia de comida

El 26% de las personas encuestadas prefiere una gastronomía típica, el 14% comida rápida, el 11% prefirió snack, el 19% comida light y el 30% restante le gustaría que la comida fuera variada.

10. ¿En los últimos 12 meses, has visitado algún parque acuático?

Cuadro. 4.14. Ha visitado un parque acuático en los últimos 12 meses

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	82	42%
No	114	58%
TOTAL	196	100%

Elaborado: por las autoras



Gráfico 4.15. Ha visitado un parque acuático en los últimos 12 meses

De las personas encuestadas el 42% respondió que si a visita a un parque en los últimos 12 meses mientras que el 58% no ha visitado uno en mucho tiempo.

11. ¿Cuánto gastas mensualmente en tu diversión?

Cuadro. 4.15. Gasto mensual en diversión

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 200	99	51%
Más de 200	53	27%
Menos de 450	22	11%
Más de 450	10	5%
Menos de 600	8	4%
Más de 600	4	2%
TOTAL	196	94%

Elaborado: por las autoras

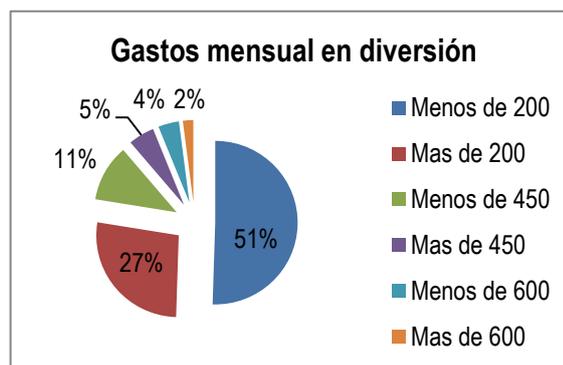


Gráfico 4.16. Gasto mensual en diversión

El 52%, de las personas encuestas gastan mensualmente en diversión menos de \$200, el 27%, menos de 450 el 10% más de 450, el 5%, menos de 600 y el 4% y el 2% restante gastan más de \$600 mensuales.

12. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por ingresar al parque?

Cuadro. 4.16. Valor por ingreso al parque acuático

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Adultos \$10; Niños \$7 Entrada y uso de las instalaciones	125	64%
Adultos \$5; Niños \$3 Entrada. \$3 y \$2 por el uso de cada instalación	71	36%
TOTAL	196	100%

Elaborado por las autoras

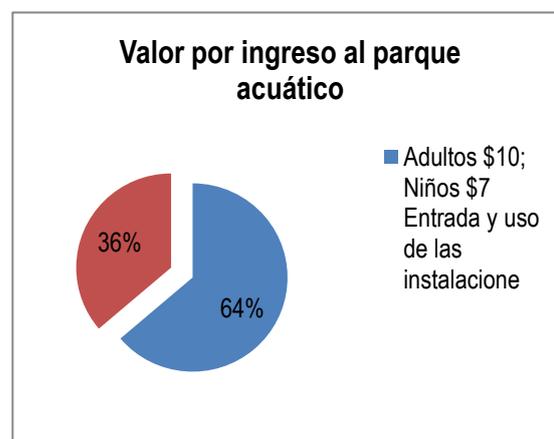


Gráfico 4.17. Valor por ingreso al parque acuático

El valor que pagarían los visitantes por ingresar al parque acuático sería por adultos \$10; Niños \$7 Entrada y uso de las instalaciones este intervalo arroja resultados de 64%, la otra opción es adultos \$5; niños \$3. \$3 y \$2 por el uso de cada instalación que le pertenece al otro 36%.

13. ¿utilizaría los servicios y áreas que ofertaría el parque acuático?

Cuadro. 4.17. Utilizaría los servicios que ofrecerá el parque acuático

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	192	98%
No	4	2%
TOTAL	196	100%

Elaborado por las autoras



Gráfico 4.18. Utilizaría los servicios que ofrecerá el parque acuático

Del total de las 296 personas encuestada, el 98% expresaron que si utilizaría los servicios e instalaciones que ofrecerá el parque acuático, mientras que el 2% argumentaron que no utilizarían los servicios.

4.2.1.3. DEFINICIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL DE CLIENTE POTENCIAL

De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que los encuestados son turistas nacionales, masculinos y femeninos entre 21 a 25 años de edad, en su gran mayoría trabajadores y profesionales con ingresos mensuales de 350 dólares, el tiempo de estadía es de 1 a 2 días, los gastos mensuales por recreación es menos de 200 dólares, el valor que están dispuesto a pagar por la visita es: adultos 10 dólares; niños 7dolares entrada y uso de instalaciones, en cuanto a la frecuencia de visita al parque acuático es de una vez cada 15 días, para lo cual prefieren el horarios de 9h00 am a 7h00 pm. Las actividades que realizan en el tiempo libre es viajar a un lugar en especial y visitar algún

centro de recreación y esparcimiento, en gran totalidad las personas no han visitado un parque acuático en los últimos 12 meses por esta razón les gustaría que existiera uno la preferencia por la comida es variada, datos obtenidos de las encuestas.

Cuadro 4.18. Perfil de cliente

DEMOGRÁFICO	
Sexo	Masculinos y femeninos
Ocupación	Trabajadores y profesionales
ECONÓMICO	
Ingresos mensuales	350 dólares
Gastos por recreación	Menos 200 dólares
Valor por ingreso al parque acuático	Adultos 10 dólares niños 7dolares entrada y uso de instalaciones
PSICOGRÁFICAS	
Actividades que realizan en el tiempo libre	viajar a un lugar en especial y visitar algún centro de recreación y esparcimiento
CONDUCTUAL	
Tiempo de estadía	1 a 2 días
Concurrencia al parque acuático	1 vez cada 15 días
Preferencias de horarios	9h00 am a 7h00 pm
Preferencia de comida	Variada
Visita a un parque acuático en los últimos 12 meses	No
Existencia de un parque acuático en la ciudad de Manta	Si

Elaborado por las autoras

4.2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

4.2.2.1. ESTIMACIÓN DEL PROMEDIO DE VISITAS AL PARQUE

ACUÁTICO

La demanda consiste en determinar los usuarios y sus características, a través de los datos obtenidos en la encuesta, se puede determinar los futuros demandantes del producto parque acuático, ya que esto permite conocer el flujo de clientes, mediante cálculos que favorecen la rentabilidad del estudio.

Para calcular el promedio de visitas anuales de las familias del cantón Manta al parque acuático, se toma como referencia la pregunta número 7 de la encuesta

(¿con que frecuencia visita un parque acuático?), utilizando los datos que señalan en el siguiente cuadro:

Cuadro 4.19. Promedio de visitas

VISITAS	Nº DE TURISTAS	TIEMPO 1 AÑO	TOTAL POR AÑO
1 vez cada 7 días	73	Semanas 52	3.796
1 vez cada 15 días	76	Quincenas 26	1.976
1 vez cada 30 días	47	Mes 12	564
TOTAL	196		6.336

Fuente: Las autoras

Mediante este cálculo se obtiene la cantidad promedio de vistas anuales al parque acuático el cual es de 6.336, esto permite establecer el promedio de visitas anuales por personas, que se obtienen al dividir el total de visitas 6.336, para los 196 turistas que visitaran el parque acuático, dando un promedio de 33 visitas anuales por personas.

4.2.2.2. DEMANDA POTENCIAL

Se pretende determinar la demanda de vistas al parque acuático, tomando como estadística la población total de habitantes del cantón Manta la cual es de 226.477 habitantes, (INEC 2010). Para obtener la demanda potencial se procede a multiplicar el total de habitantes, por el promedio de visitas anuales por turistas el cual es de 33 que se obtuvo del promedio de vistas al parque, logrando un total de 7,473.741 turistas que sería la futura demanda potencial. Los datos se muestran en el siguiente recuadro:

Cuadro 4.20. Demanda potencial

PROMEDIO DE VISITAS DE LA DEMANDA POTENCIAL		
POBLACIÓN DEL CANTÓN MANTA	PROMEDIO DE VISITAS POR AÑO	DEMANDA POTENCIAL POR AÑO
226.477	33	7,473.741

Elaborado: por las autoras

4.2.2.3. DEMANDA REAL

Para deducir la demanda real se toman datos de los encuestados, específicamente de la pregunta número 6 (¿Le gustaría que hubiera un parque acuático en la ciudad de Manta?), más el total de la población del cantón Manta.

Para lograr la demanda real. Se toman en consideración la población total del área de estudio, en este caso el canto Manta, con 226.477 habitantes, a este total se le multiplica el porcentaje positivo potencial obtenido de la pregunta número 8, que se refleja en porcentaje en el gráfico 4.11 el cual es de 98%. Estableciendo con este cálculo el total de turistas 221.947 que visitarán el establecimiento. Luego se multiplica el total futuros visitantes por el promedio de visitas anual que en este caso es de 33, obteniendo así la demanda real de 221.980 de visitas por año. Los valores se reflejan en el siguiente cuadro:

Cuadro 4.21. Demanda real

PROMEDIO DE VISITAS DE LA DEMANDA REAL		
POBLACIÓN DEL CANTÓN	PORCENTAJE ENCUESTADOS	TOTAL DE VISITANTES-
MANTA	POSITIVOS	TURISTAS
226.477	98%	221.947
TOTAL DE VISITANTES-	PROMEDIO DE VISITAS POR AÑO	DEMANDA REAL DE VISTAS POR
TURISTAS		AÑO
221.947	33	221.980

Elaborado: por las autoras

4.2.2.4. DEMANDA EFECTIVA

Para calcular la demanda efectiva se toman los datos totales de visitantes-turistas que es 221.947 del cuadro 4.21 y se multiplican por total de turistas que si están dispuestos utilizar los servicios este porcentaje es 98%, tomado de la pregunta número 13 (¿utilizaría los servicios y áreas que ofertaría el parque acuático? Tales como: canchas, restaurante, piscinas, áreas verdes, entre otros); de las encuestas que se aplicaron a los turistas en el cantón Manta, obteniendo un total de 217.508 visitantes. Este total es multiplicado por el

promedio de visitas al año que es 33, calculado una demanda efectiva de 7'177.780 visitantes al año. Estos valores se reflejan en el siguiente cuadro:

Cuadro 4.22. Demanda efectiva

PROMEDIO DE VISITAS DE LA DEMANDA EFECTIVA				
TOTAL DE TURISTAS-VISITANTES	PORCENTAJE DE ENCUESTADOS QUE UTILIZARÍAN LOS SERVICIOS	TOTAL DE ENCUESTADOS	PROMEDIO DE CONSUMO POR AÑO	TOTAL DEMANDA EFECTIVA
221.947	98%	217.508	33	7'177.780

Elaborado: por las autoras

4.2.2.5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para realizar la proyección de la demanda futura se toma como referencia la tasa de crecimiento promedio de la población del cantón Manta la cual es de 17,75% (INEC censo 2010). Con este dato se calcula la influencia de la demanda para los próximos 10 años, proyectando también la demanda potencial, demanda real, demanda efectiva, tomado como base el total de la demanda efectiva 7'177.780.

Cuadro 4.23. Proyección de la demanda

AÑO	TOTAL DE LA POBLACIÓN	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA	PROMEDIO DE VISITAS AL AÑO POR TURISTAS
	17,75%	100%	98%	99%	
1	226.477	7,473.741	221.980	7,177.780	33
2	230.497	7,606.400	261.3681	7,305.186	33
3	234.588	7,741.414	307.776	7,434.853	33
4	238.751	7,878.824	362.406	7,566.822	33
5	242.988	8,018.673	426.733	7,701.133	33
6	247.301	8,161.004	502.478	7,837.828	33
7	251.690	8,305.862	591.668	7,976.949	33
8	256.157	8,453.291	602.170	8,118.540	33
9	260.703	8,603.336	612.859	8,262.644	33
10	265.330	8,756.045	623.738	8,409.305	33

Elaborado: por las autoras

4.2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y COMPETENCIA

De acuerdo al catastro realizado por el departamento de turismo del GAD municipal, en el año 2014 se registran 548 establecimientos turísticos, el cual se detallan a continuación en siguiente cuadro.

Cuadro 4.24. Catastro turístico de Manta

Actividad	Cantidad	L.F. Nuevo	L.F. renovación
Hoteles	35	0	20
Hoteles apartamento	4	0	3
Hoteles residencia	2	0	2
Hostales	39	2	21
Hostales residencia	22	0	14
Hosterías	4	0	3
Pensiones	3	0	2
Restaurantes	184	22	68
Cafeterías	33	7	7
Bares	114	12	24
Fuente de soda	35	4	9
Balnearios	5	1	3
Discotecas	17	1	6
Sala de recepciones	18	2	6
Centro de convenciones	1	1	0
Centro de recreación turísticas	3	0	2
Agencias de viajes	25	1	6
Terrestre	4	0	2
Total de establecimientos	548	53	198

I-TUR. Manta 1013

4.2.3.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Luego de realizar el análisis de mercado se comprobó que en el cantón Manta no existe competencia directa para el producto parque acuático, pero sin embargo es necesario indicar que en otros lugares de país si lo hay, por esta razón se toma como competencia indirecta los establecimientos de recreación, lugares que son concurridos por los visitantes o turistas para tener un momentos de esparcimiento y relax ya que al igual que un parque acuático, la finalidad de estas centros de distracción es brindar al cliente diversión en un ambiente seguro, para obtener una información más detallada se elaboró una

ficha de observación, la cual fue aplicada a cada uno de los establecimiento que fueron considerados como competencia indirecta (ver anexos 8 – 12).

Los establecimientos que brindan recreación y esparcimientos que fueron considerados como competencia indirecta para el parque acuático, se analizaron a través de la matriz de las 5 fuerzas de Porter que se presenta en la siguiente figura.

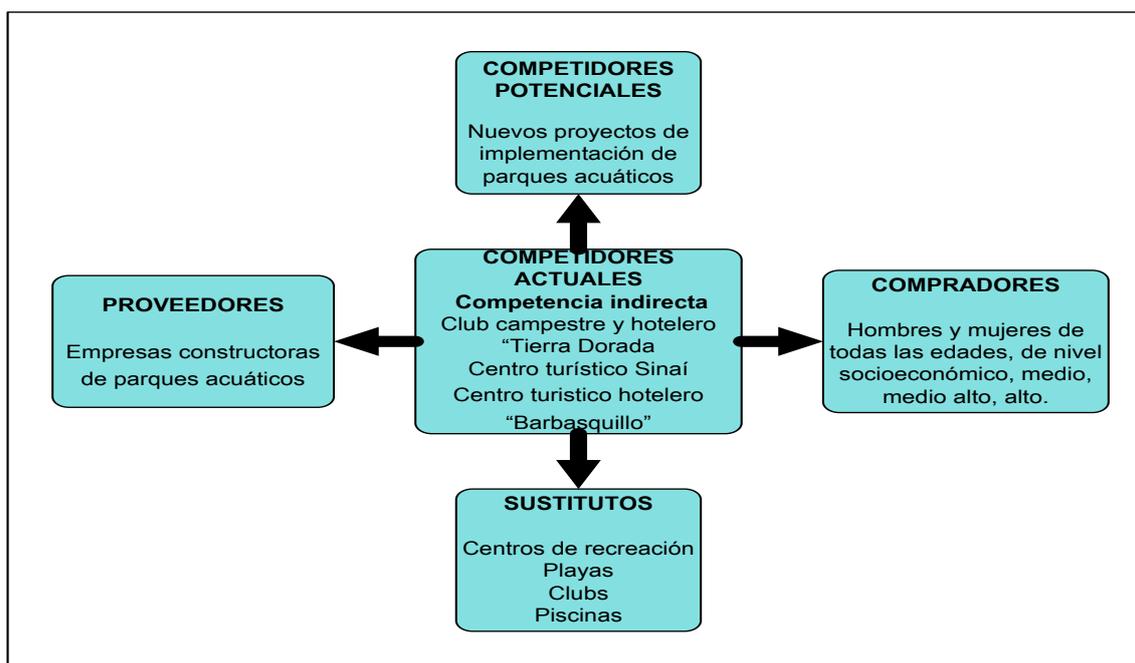


Figura 3. Las cinco fuerzas de Porter
Elaborado por las autoras

Los establecimientos que se toman en consideración son: Club campestre y hotelero "Tierra Dorada" Complejo turístico y deportivo Sinaí, centro turístico hotelero "Barbasquillo".

CLUB CAMPESTRE Y HOTELERO "TIERRA DORADA"

El centro turístico tierra dorada se encuentra ubicado en el KM. III Vía Circunvalación, entre la carretera Manta-Montecristi, y la vía Manta-Rocafuerte, cuenta con un área de 6 hectáreas. La infraestructura del club campestre y hotelero "Tierra Dorada" es agua potable, sistema eléctrico interconectado el

alcantarillado es red pública. Las actividades y juegos recreativos que se pueden realizar en este establecimiento son el béisbol, ajedrez, fútbol, baloncesto, voleibol, juegos extremos, peinbol-paintball, sauna y turco, mesa de billar, poing-pong, naipe, espacio para juegos infantiles, canchas múltiples son sauna, masaje. Las instalaciones como piscinas con toboganes abiertos y cerrados, vestuarios con duchas y baños, área de descanso, canchas sintéticas, luminarias, cerramiento, bar. Cuenta con salvavidas, personal de primeros auxilios y guardianía. Servicio de restaurante con comida típica y rápida, bar. El servicio para todos los clientes es estándar y personalizado.

CENTRO TURÍSTICO “SINAÍ”

Centro turístico Sinaí se encuentra ubicado a 10 minutos del puerto de Manta en la avenida Circunvalación tramo II, en Montecristi sitio la laguna, cuenta con varios servicios para satisfacción del cliente como hospedaje, restaurantes y recreación. La infraestructura básica del complejo turístico y deportivo “Sinaí” es agua potable, sistema eléctrico interconectado y generador, alcantarillado red pública. Las actividades y juegos recreativos que se pueden realizar son béisbol, ajedrez, fútbol, baloncesto, voleibol, juegos extremos, Peinbol-Paintball otros. Las instalaciones piscinas con toboganes abiertos y cerrados, vestuarios con duchas y baños, cancha sintética, luminarias y cerramiento. Cuentan además con salvavidas profesionales vigilando las piscinas en épocas ferias, personal de primeros auxilios y guardianías, servicio de restauración con comida típica, estacionamiento, canchas múltiples, campamentos vacacionales, escenarios, bar, entre otros, los servicios que se ofrece al cliente es estándar y personalizado.

COMPLEJO TURÍSTICO Y HOTELERO “BOULEVARD”

El complejo turístico y hotelero “boulevard” se encuentra ubicado en la ciudad de Manta en la calle 103 y av. Malecón-Tarqui este complejo turístico brinda una variedad de opciones para el cliente, entre los servicios que se ofrece se destacan 3 el hospedaje, restauración y recreación. Cuenta con infraestructura básica agua potable, la energía eléctrica es por medio de sistemas interconectados, el alcantarillado es red pública. Las actividades y juegos

recreativos que se pueden realizar son el fútbol, baloncesto, voleibol. En las instalaciones están las piscinas con toboganes abiertos y cerrados, luminarias y cerramientos. Cuenta con salvavidas profesionales vigilando las piscinas y. Brinda el servicio de restaurante que ofrece platos a la carta, elaborados a base de mariscos, comida típica, alojamiento con habitaciones matrimoniales, dobles, triples, cuádruples: aire acondicionado, tv. cable, baño privado, agua caliente, teléfono, reloj, mini bar, room service, y el área de recreación que incluyen las piscinas con toboganes. Además se cuenta con otros servicios adicionales como, garaje, vigilancia privada, servicio de fax, información turística, locutorio telefónico, baño, sauna, turco, masajes corporales. Todos los servicios son estándar y personalizados.

CENTRO TURÍSTICO HOTELERO “BARBASQUILLO”

El centro turístico y hotelero “Barbasquillo” es un lugar de esparcimiento y recreación se encuentra ubicado en la vía barbasquillo, la infraestructura básica que posee este centro, es agua potable, la energía eléctrica es se basa en sistemas interconectados, el alcantarillado es red pública, entre las actividades y juegos recreativos están el béisbol, fútbol, ajedrez, baloncesto, voleibol, juegos extremos, futbolines, Peinbol-Paintball, paseo a caballo, camping, gimnasio, discoteca, karaoke, bar, sauna y más. Cuentan con instalaciones tales como piscinas para todas la edades, toboganes abiertos y cerrados, vestuarios con duchas y baños, luminarias, cerramiento, salón auditorio para eventos y taller, parque de niños, estacionamiento, guardianía privada, servicios de taxis las 24 horas, área de restauración que donde se ofrecen comida típica, platos a la carta, hospedaje con servicios incluidos tales como baño privado, duchas con agua caliente y fría, acondicionador de aire, TV. Con señal satelital, señal wifi, frigo bar, teléfonos y balcón con vista al mar. Karaoke, discoteca, Todos los servicios que se ofrecen son estándar y personalizados dependiendo de los requerimientos de los clientes.

COMPLEJO TURÍSTICO HOTELERO “MI CASA”

Complejo turístico y hotelero “Mi Casa” e encuentra ubicado en la ciudad de manta calle 12 y avenida san Mateo, la infraestructura básica que tiene este

establecimiento es agua potable, la energía eléctrica es sistema interconectado y generador, el alcantarillado es red pública, las actividades y juegos recreativos que se pueden realizar son fútbol, baloncesto, voleibol y más, cuenta con instalaciones como piscinas, toboganes abiertos y cerrados, vestuarios con duchas y baños, discoteca, karaoke, cancha sintética, luminarias y cerramiento, cuenta con guardianía privada, restaurante de comida típica donde ofrecen platos típicos, a la carta y comida rápida, hospedaje, El servicio que generalmente se ofrece en este establecimiento de recreación es standard y personalizado, para satisfacción del cliente.

4.2.3.3. OFERTAS DE LA COMPETENCIA

Par determinar la oferta existente en el cantón Manta y sus alrededores se realizó un análisis que consistía en llenar una ficha de observación. El objetivo de analizar la oferta es para conocer cuáles son lo producto y servicios que oferta la competencia, para esto se debe conocer las instalaciones, las actividades y servicios ofertantes.

Mediante un cuadro explicativo se muestran las características que tienen los establecimientos considerado como competencia indirecta, asimismo se detallan las instalaciones y servicios que se ofrecen, las actividades y juegos que se pueden realizar en cada uno de estos centros de recreación.

Cuadro 4.25. Explicativo de los competidores

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS	INSTALACIONES Y SERVICIOS	ACTIVIDADES Y JUEGOS
Club campestre y hotelero "Tierra Dorada"	Está dirigido a sexo masculino y femenino, de todas las edades de clase media, baja y alta.	Parqueadero con vigilancia. Recepción y atención al cliente. Restaurante con capacidad para 200 personas. Área de descanso. Baños y vestidores. Cuatro piscinas con tobogán. Espacio de esparcimiento. Espacio para juegos infantiles	Descanso Recreación Basket-ball Tenis Fulbito Sauna y turco Masajes Canchas múltiples. Mesas de billar ping-pong, naipes
Centro turístico Sinaí	Está dirigido a sexo masculino y femenino, de todas las edades de clase	Parqueadero privado Restaurante de comida típica manabita y mariscos Hostería con servicio de televisión	Descanso Recreación Béisbol Ajedrez

	media, baja y alta.	satelital, agua caliente, aire acondicionado, bar, internet. Piscinas con toboganes abiertos y cerrados Cancha de fulbito, arena, múltiples Cancha de valley-ball de arena Campamentos vacacionales Dos piscinas Escenario para orquestas Bar de bebidas canchas múltiples, campamentos vacacionales, escenarios, bar, entre otros, vestuarios con duchas y baños, cancha sintética, luminarias y cerramiento salvavidas profesionales vigilando las piscinas en épocas feriadas personal de primeros auxilios y guardianías,	Fútbol, Baloncesto Voleibol Juegos extremos Peinbol-Paintball Paseos Basket-ball Tenis Fulbito
Complejo turístico y hotelero "BOULEVARD"	Está dirigido a sexo masculino y femenino, de todas las edades de clase media, baja y alta.	Restaurante con platos a la carta, elaborados a base de mariscos, comida típica Alojamiento, habitaciones matrimoniales, dobles, triples, cuádruples: aire acondicionado, tv. cable, baño privado, agua caliente, teléfono, reloj, minibar, roomservice, Piscinas con toboganes abiertos y cerrados, Bar Discoteca Juegos infantiles Piscinas Garaje Servicio de fax Información turística Locutorio telefónico Baño. Salvavidas profesionales Guardianía privada Luminarias Cerramientos	Descanso Recreación Fútbol Baloncesto Voleibol Hidromasaje Sauna Discoteca Sauna Turco Masajes corporales Salas de billar
Centro turístico hotelero "BARBASQUILLO"	Está dirigido a sexo masculino y femenino, de todas las edades de clase media, baja y alta.	La infraestructura básica es: agua potable sistemas interconectados alcantarillado red pública piscinas con toboganes abiertos y cerrados vestuarios con duchas y baños salón auditorio para eventos y taller parque de niños estacionamiento luminarias cerramiento guardianía privada servicios de taxis las 24 horas restaurante con comida típica y platos a la carta	Béisbol Fútbol Ajedrez Baloncesto Voleibol Juegos Extremos Futbolines Peinbol-Paintball paseo a caballo camping gimnasio discoteca karaoke bar sauna

		Hospedaje con: baño privado, duchas con agua caliente y fría, acondicionador de aire, TV. Con señal satelital, señal wifi, frigo bar, teléfonos y balcón con vista al mar Karaoke Discoteca Bar	
Complejo turístico "MI CASA"	Está dirigido a sexo masculino y femenino, de todas las edades de clase media, baja y alta.	piscinas, toboganes abiertos y cerrados vestuarios con duchas y baños, cancha sintética luminarias cerramiento guardianía privada restaurante discoteca karaoke hospedaje	futbol baloncesto voleibol

Elaborado: por las autoras

4.2.3.4. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE LA COMPETENCIA

La estimación de la demanda de la competencia se obtiene a través de indagación a los encargados de los establecimientos, esto se hace con la finalidad de realizar una proyección mensual de visitas a los centros de recreación. Los datos obtenidos se muestran a continuación:

Cuadro 4.26. Estimación mensual de la demanda

ESTIMACIÓN MENSUAL DE LA DEMANDA	
CENTRO DE RECREACIÓN	OFERTAS MENSUALES
Club campestre y hotelero "Tierra Dorada"	3.874
Centro turístico Sinaí	5.532
Complejo turístico y hotelero "BOULEVARD"	4.756
Centro turístico hotelero "BARBASQUILLO"	3.874
Complejo turístico "MI CASA"	3.142
TOTAL	21.178

Elaborado: por las autoras

Del cálculo realizado se puede determinar la estimación total de la demanda de los establecimientos de recreación el cual asciende a 21.178 visitantes. Luego

de conocer la demanda mensual se elabora una estimación anual de la afluencia de clientes.

Cuadro 4.27. Estimación anual de la demanda

ESTIMACIÓN ANUAL DE LA DEMANDA		
CENTRO DE RECREACIÓN	OFERTAS MENSUALES	OFERTAS POR AÑO
Club campestre y hotelero "Tierra Dorada"	3.874	46.488
Centro turístico Sinaí	5.532	66.384
Complejo turístico y hotelero "BOULEVARD"	4.756	57.072
Centro turístico hotelero "BARBASQUILLO"	3.874	46.488
Complejo turístico "MI CASA"	3.142	37.704
TOTAL	21.178	254.136

Elaborado: por las autoras

Para el cálculo de la estimación de la oferta proyectada se toma como referencia la tasa de crecimiento real del producto interno bruto, la cual está estimada en un porcentaje de 6,5%. Los datos se reflejan en el siguiente cuadro:

Cuadro 4.38. Proyección de la demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA PARA 10 AÑOS		
AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO REAL	OFERTA PROYECTADA POR AÑO
1	6,5%	254.136
2	6,5%	255.788
3	6,5%	257.451
4	6,5%	259.125
5	6,5%	260.809
6	6,5%	262.504
7	6,5%	264.209
8	6,5%	265.927
9	6,5%	267.656
10	6,5%	269.396

Elaborado: por las autoras

Para obtener el resultado de la evaluación de la competencia indirecta se realiza una comparación de precios de los productos y servicios que ofertan en

el establecimiento considerado como competencia indirecta, cuyos datos se especifican en el siguiente cuadro:

Cuadro 4. 29. Comparativo de precios de la competencia

CENTRO TURÍSTICO	SERVICIOS QUE OFRECEN	PRECIOS
CLUB CAMPESTRE TIERRA DORADA	Ingreso a piscinas adultos	\$ 3.00
	Ingreso a piscinas niños	\$ 2.00
	Combo Jr. (entrada + alimentación)	\$ 7.00 + IVA
	Combo Jr. económico (entrada + plato fuerte)	\$ 5.00 + IVA
	Combo económico adultos (entrada + plato fuerte)	\$ 6.00 + IVA
	Combo especial adultos (entrada + plato fuerte)	\$ 7.00 + IVA
	Desayuno	\$ 3.00
	Cena	\$ 4.00
	Hospedaje por un día (1 pax)	\$ 14.00
	Hospedaje por 2 días (1 pax)	\$ 24.00
COMPLEJO TURÍSTICO SINANÍ	Ingreso a piscinas adultos	\$ 3.00
	Ingreso a piscinas niños	\$ 2.00
	Ingreso + plato fuerte + uso de las instalaciones (adultos)	\$ 10.00
	Ingreso + plato fuerte + uso de las instalaciones (niños)	\$ 7.00
	Platos a la carta	\$ 7.00 - \$ 17.00
	Hospedaje por un día (1 pax)	\$ 15.00 + IVA
	Hospedaje por 2 días (1 pax)	\$ 28.00 + IVA
CENTRO TURISTA Y HOTELERO BARBASQUILLO	Ingreso a piscinas adultos y niños	\$ 3.00
	Almuerzos	\$ 4.00
	Platos a la carta	\$ 7.00 - \$ 25.00
	Hospedaje hab. ejecutiva (1 pax incluye desayuno)	\$ 36.96
	Cama king (2 pax incluye desayuno)	\$89.60
	Cama queen (2 pax incluye desayuno)	\$72.80
	Estándar (2 pax incluye desayuno)	\$67.20
	Familiar (5 pax incluye desayuno)	\$145.60

Elaborado: por las autoras

4.3. ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD TÉCNICA

El análisis del estudio técnico tiene como objetivo determinar la localización y el tamaño óptimo del proyecto, infraestructura, servicios, tecnología a utilizar, costes de productos y otras variables que se detallan.

4.3.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto para el parque acuático estará ubicado en:

País: Ecuador

Provincia: Manabí

Cantón: Manta

Parroquia: Santa Marianita

El proyecto del parque acuático se ubicará al sur del cantón Manta en la parroquia Santa Marianita, la cual es muy visitada por turistas nacionales e internacional lo que convierte en un centro potencial para el desarrollo de infraestructuras turísticas.

4.3.1.1. ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES DEL TERRENO

FORMA:

El terreno es de forma regular, presenta desniveles y está rodeado de maleza.

DIMENSIONES:

Las dimensiones del terreno son de 117m² de largo por 87 m² de ancho.

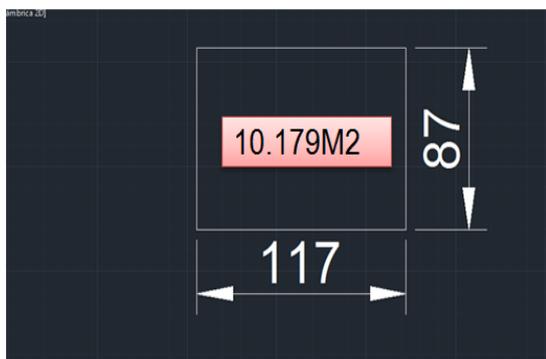


Figura 4. Dimensiones del terreno
Elaborado: por los autores



Foto 4.2. Emplazamiento del terreno

4.3.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

4.3.2.1. ANÁLISIS Y DISTRIBUCIÓN DEL PROYECTO

La implementación del proyecto para el parque acuático constará con una extensión de terreno de 15.000 m² lo que equivale a una hectáreas y media, de los cuales 10.179m², se utilizarán en infraestructuras e instalaciones requeridas para este proyecto, cabe señalar que el espacio sobrante se utilizará después para nuevas modificaciones e incremento de nuevas instalaciones dependiendo de la demanda y acogida que tenga el parque acuático.

El parque acuático estará distribuido en diferentes áreas y cada una con sus respectivas dimensiones.

Cuadro 4.30. Distribución del proyecto

TAMAÑO DEL PARQUE ACUÁTICO	
Áreas de las instalaciones	Metro cuadrado por cada área
Recreación y entretenimiento	3.864 m ²
Restauración	1.000 m ²
Hospedaje	1.800 m ²
Área administrativa	520 m ²
Otras áreas	3.198 m ²
Área vestidores y baños	
Mantenimiento y seguridad	
Área de parqueadero	
Total	10.179m ²

Elaborado: por las autoras

Al analizar el espacio que tendrá cada área se obtiene una extensión total de 10.179m² lo que significa que el tamaño de terreno para la adecuación de instalaciones e infraestructura si cumple con el espacio requerido, y todas las áreas pueden ser ubicadas de acuerdo a la dimensión ya establecida.

4.3.3. ANÁLISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL

4.3.3.1. ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES FÍSICO-AMBIENTALES

CLIMA:

Debido a que el cantón Manta se encuentra ubicado en la zona costanera el clima está influenciado por dos corrientes atmosféricas: la corriente, que viene del sur, es fría y propicia, la disminución de temperatura en el verano y las lloviznas en la zona seca y semiárida permite crear microclimas como los de las zonas de Ayampe, Pacoche, Montecristi y las piñas. La otra corriente llamada tropical, viene del Norte y el Oeste del pacífico y produce el fenómeno de “El Niño”, con lluvias y temperaturas altas, que parecen en forma cíclica y se caracteriza por pluviosidades altas. El clima en esta parte del país es agradable, posee temperaturas medias que oscilan entre los 25° y 29° C.

FAUNA:

La fauna en los alrededores de esta playa habitan e gallinazo, pelicanos, langostas, cangrejos, fragatas, gaviotas, entre otros.

Las olas de la playa Santa Marianita se aproximan a bajas alturas de los acantilados, tiene cobertura vegetal como cactus, candelabros, salados entre otros.

VIENTOS:

Los vientos predominantes del terreno vienen del perfil costanero, cuyas corrientes son provenientes del océano pacífico los cuales condicionan al terreno.

Simbología:**Vientos leves****Vientos fríos**

Foto 4.3. Emplazamiento del terreno

ASOLEAMIENTO Y RUIDOS

Mediante un estudio práctico se pudo observar los puntos en los cuales salía y ocultaba el sol, respecto a la orientación del terreno sale por Este y se oculta al Oeste

Simbología:**Sol Naciente:****Sol Poniente:**

Foto 4.4. Emplazamiento del terreno

Ruidos:**Simbología:****Ruidos fuertes:****Ruidos Leves:**

Foto 4.5. Emplazamiento del terreno

4.3.3.2. ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DE LEOPOLD

Para analizar las condiciones física y ambientales, es necesario realizar un análisis de impacto ambiental, de tal manera que se pueda demostrar la importancia y magnitud de las afectaciones positivas y negativas que pueda conllevar al construir un planta turística, tomando en consideración los principales componentes ambientales, acciones y espacio con lo que se determina trabajar para dicha factibilidad. Para realizar el análisis de impacto ambiental se toma como referencia la matriz de Leopold que fue la primera en este campo elaborada por Leopold y otros en (1971), para el servicio Geológico de EEUU, esta matriz permite identificar y evaluar impactos ambientales negativos, a la vez método de identificación y valoración, ajustados a las distintas fases de un proyecto para lo cual arrojan resultados cualitativos y cuantitativos en el que se realizan análisis de la relación de causalidad entre una acción dada y sus posibles efectos en el medio.

ACCIONES DEL PROYECTO

Las acciones que se toman en consideración y que probablemente se vean afectadas en la fase de construcción del parque acuático son: modificación de hábitats, alteración del espacio físico, canalización, ruido e introducción de vibración, para lo cual se realizó la calificación respectiva de magnitud e importancia que cada acción genere en cada componente ambiental tomados en referencia.

COMPONENTES AMBIENTALES

Los componentes ambientales que se pueden ver afectados con las acciones del proyecto son:

Físico: temperatura, humedad, precipitación, viento, pisos geográficos.

Socio Económico: actividades productivas, infraestructuras y servicios, situación política y administrativa, empleo, salud y seguridad.

Paisaje: espacios abiertos y salvajes, ríos, bahías, playas.

Cuadro 4.31. Matriz de Leopold

Acciones		Modificación de hábitats	Alteración del espacio físico	Canalización	Ruido e introducción de vibración	Af. Positivas	Af. Negativas	Agregación de impactos
Componentes ambientales								
FÍSICO	Temperatura							
	Humedad							
	Precipitación							
	Viento							
	Pisos Geográficos	-5 1 -5	-7 1 -7	-3 3 -9			0	3
SOCIOECONÓMICO	Actividades Productivas	-4 1 -4	-4 1 -4			0	3	-8
	Infraestructuras y servicios	3 4 12	4 4 16	6 5 35		3	0	63
	Situación Política y administrativa			1 1 1		1	0	1
	Empleo	6 4 24		8 7 56	-1 1 -1	1	1	81
	Salud y Seguridad	-5 6 -30	-2 4 -8	9 9 81	-4 1 -4	1	3	123
	Espacios Abiertos y Salvajes	-2 4 -8	-4 1 -4	-2 1 -2		0	3	-14
PAISAJE	Ríos	-4 1 -4	-4 1 -4	-2 3 -6				-14
	Bahías	-4 1 -4	-4 1 -4	-2 3 -6		0	3	-14
	Playas	-4 1 -4	-4 1 -4	-2 3 -6		0	3	-14
	Afectaciones positivas	2	1	3	0	Comprobación		353
Afectaciones negativas	7	7	5	2				
Agregación de impactos		-95	-51	202	-5	353		353

Fuente: Leopold 1971

4.3.3.3. ANÁLISIS DE LA MATRIZ DE LEOPOLD

Una vez estudiada todas las acciones y componentes ambientales inmersas en la matriz de Leopold, dándole la puntuación de importancia y magnitud ya sea positivo o negativo, se identificó los elementos que podrían ser alterados en el proyecto, obteniendo un resultado de 6 afectaciones positivas y 21 afectaciones negativas en todas las acciones correspondientes, con una agregación de impacto de 266 positivos y 85 negativos. En los componentes ambientales se obtuvieron 6 afectaciones positivas y 19 negativas en cada uno, con una agregación de impacto de 202 positivas y 151 negativas, la suma de todo esto arrojó un resultado de 353 comprobaciones de signo positivo, lo que significa que la ejecución del proyecto no tiene grandes consecuencias.

4.3.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.3.4.1. DISEÑO DEL PROYECTO

El diseño del parque acuático tiene como prioridad determinar la edificación de cada una de las áreas y distribución del espacio.



Figura 5. Plano de las infraestructuras del proyecto
Fuente: Facultad de arquitectos ULEAM

4.3.4.2. DESCRIPCIÓN DE LAS ÁREAS A IMPLEMENTARSE

Las áreas a implementarse en el establecimiento se citan a continuación:

- ❖ Estacionamiento.
- ❖ Recepción.
- ❖ Jardín distribuido en las diferentes áreas.
- ❖ Parque infantil.
- ❖ Gimnasio y salón de juegos.
- ❖ Piscina con toboganes.
- ❖ Piscinas para niños.
- ❖ Restaurant.
- ❖ Cancha de básquet.
- ❖ Cancha de césped para fútbol.
- ❖ Cabañas Triples.
- ❖ Cabañas Familiares.



Figura 6. Leyenda del parque

Fuente: Facultad de arquitectos ULEAM

Se describen cada una de las áreas a implementarse con sus respectivas dimensiones y servicios a ofrecer:

Cuadro 4.32. Descripción de las áreas

ÁREAS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
ÁREA DE RECREACIÓN Y ENTRETENIMIENTO	Piscinas para niños jóvenes y adultos	2
	Piscinas con toboganes	1
	Parque infantil	1
	Cancha de básquet	1
	Cancha de césped para fútbol	1
	Gimnasio y salón de juegos	1
ÁREA DE RESTAURACIÓN	Restaurante	1
ÁREA DE HOSPEDAJE	Cabañas triples	2
	Cabañas familiares	3
ÁREA ADMINISTRATIVA	Recepción	1
OTROS SERVICIOS ADICIONALES	Parqueadero	1
	Jardín distribuido	1
	Vestidores y baños	1
	Mantenimiento y seguridad	1

Elaborado: por las autoras

ÁREA DE RECREACIÓN Y ENTRETENIMIENTO

Esta área tendrá una superficie de 3.864m², donde se ubicarán todos los juegos a implementar tanto para niños como para adultos.

Se instalarán 2 piscinas para niños jóvenes y adultos, con dimensiones de 10m² de largo por 5m² de ancho, y 1 piscinas con toboganes abiertos y cerrados, torbellino, kamikaze, con 15 m²largos por 8 m² de ancho, donde podrán disfrutar y relajarse. Con una superficie total de 500m².

Parque infantil, dispondrán de 250m². Este espacio estará diseñada exclusivamente para los niños donde podrán interactuar y recrearse en un ambiente seguro, con juegos especialmente elaborados para ellos como columpios, resbaladeras, carruseles, toboganes entre otros.

Esta área también constará con 2 canchas deportivas, 1 de básquet, 1 cancha de césped, con una extensión de 316m², de los cuales 116m² estarán distribuidos para las canchas y los 200m² resaltantes se construirán las graderías, vestuarios, baños etc.

La cancha de básquet tendrá una dimensión de 28m^2 de largo por 15m. De ancho además 9m para la banca y 6m para el área de control. La cancha de césped tendrá una longitud de 39m de largo por 19m de ancho. Estas canchas estarán equipadas con camerinos, duchas, sanitarios, vestidores y lockers, cada una tendrá pequeñas graderías.

El gimnasio y salón de juego también será parte de esta área tendrá una superficie de 350m^2 este constará con juegos de villar, futbolines, mesas de carta ajedrez, mesas de pingpong, entre otros, esta distribución se muestra en el siguiente plano.

ÁREA DE RESTAURACIÓN

El área de restauración se constituirá con una dimensión de 250m^2 , de los cuales se utilizarán 200m^2 en infraestructura del restaurant con capacidad para 74 personas, constará con los equipos necesarios para su funcionamiento como cámara de frío, bodega para almacenar los alimentos, recepción y baños tanto para damas como para caballeros, distribución detallada en el plano que se muestra a continuación:

ÁREA DE HOSPEDAJE

En este espacio se pretende implementar 5 cabañas, dos dobles y 3 familiares, estas serán de construcción mixtas con base de hormigón y madera debidamente tratada para su mayor duración. Esta área requiere de un espacio de 450m^2 . Estará distribuido en 180m^2 para las cabañas dobles y 270m^2 para las familiares. La distribución de las cabañas se muestra a continuación en los siguientes cuadros.

Cuadro 4.33. Implementación de las cabañas

IMPLEMENTACIÓN DE LAS CABAÑAS		
NÚMERO	HABITACIONES	EQUIPAMIENTO
2	Cabañas triples	Cama de 3 plaza
		Cama de 2
		mini bar
		Teléfono
		Baño
		Ducha
		Lámparas
		Silla
		Colchón
		Basurero
		Televisor
3	Cabañas familiares	Closet
		Cama de 3 plaza
		cama de 2 plaza
		Litera de 1 ½
		mini bar
		Teléfono
		Baño
		Ducha
		Lámparas
		Silla
		Colchón
		Basurero
		Televisor
Closet		

Fuente: elaborado por las autoras

Cuadro 4.34. Capacidad por cabaña

CAPACIDAD POR CABAÑA			
HABITACIÓN	TOTAL DE CABAÑAS	NÚMERO DE PERSONAS	TOTAL DE PERSONAS
Triple	2	3	6
Familiar	3	8	24
TOTAL			30

Elaborado: por las autoras

ÁREA ADMINISTRATIVA

El área administrativa tendrá un espacio de 130m², en este lugar se encontrará el personal encargado de la administración y buen funcionamiento del

establecimiento. El espacio para cada oficina estará distribuido como se muestra en la siguiente figura que refleja el plano en la planta.

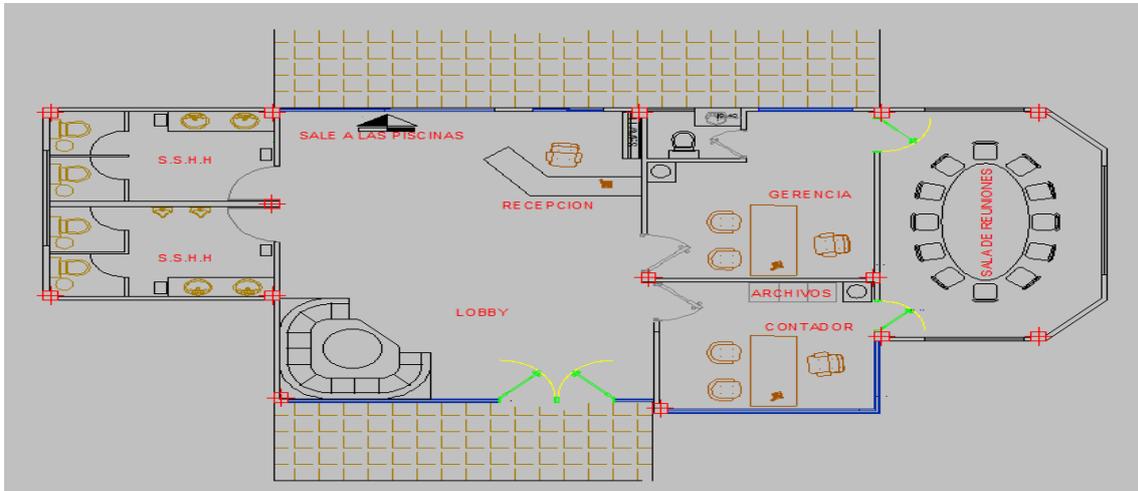


Figura 7. Planta arquitectónica del área administrativa
Fuente: Facultad de arquitectos ULEAM

TRAS ÁREAS O SERVICIOS ADICIONALES

Esta área tendrá una dimensión total de 799.50m² distribuida en los diferentes servicios adicionales a ofrecer.

PARQUEADERO:

Para esta área se dispondrá de un espacio de 400m² con disponibilidad para 60 carros aproximadamente, dispondrá de guardia de seguridad para protección de los vehículos.

JARDÍN DISTRIBUIDO:

Se dispondrá de un espacio de 198.75m² para áreas verdes, sendero y de descanso, estas estarán implantadas con plantas ornamentales, arboles, hamacas para relax del cliente implementos.

VESTIDORES Y BAÑOS:

Se dispondrá de 100m² para esta área, se adecuaran vestidores, Lockers, para que las personas puedan dejar sus pertenencias, duchas, baños diferenciados para hombres y mujeres, con capacidad para 25 personas.

MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD:

El área de seguridad y mantenimiento se considera importante en cualquier establecimiento ya que al dar un buen servicio de seguridad el cliente se sentirá en un ambiente seguro y podrá disfrutar sin preocupación alguna es por esta razón que tendrá una extensión de 50m² que serán distribuidos en 3 puestos de guardianías con dimensiones de 2m² por cada una, con su respectivo guardia de seguridad distribuías en diferentes espacios, una bodega de 6m² donde se almacenaran los materiales e instrumentos de limpieza para esto se requiere de 1 supervisor y dos ayudantes.

4.4. ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA

4.4.1. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

El análisis económico financiero tiene como finalidad proyectar la estimación económica del proyecto, permitiendo fijar de manera cuantitativa y monetaria la inversión requerida, el capital de trabajo, activos fijos y pasivos, con el objetivo de determinar la factibilidad económica del estudio.

4.4.1.1. FACTIBILIDAD ECONÓMICA

Para la viabilidad económica y financiera se analizó los costos de los suministros, insumos y equipos que se necesitará para la funcionalidad del parque Acuático, estableciendo en primera instancia la compra de terreno, con un valor de 40.000 (cuarenta mil dólares americanos), la construcción civil tendrán un costo de 60.000 (sesenta mil dólares americanos) así mismo la compra de equipos de cómputo y equipos de cocina, etc., con un valor de 97.470,00 (noventa y siete mil cuatrocientos setenta dólares americanos), todo esto se le atribuye un total de 197.170,00 (ciento noventa y siete mil, ciento setenta dólares americanos).

Para el capital de trabajo se estimó los costos de operación del parque lo que sirvió como referencia para detallar el capital de trabajo, determinando los gastos de materia prima con un total de 10.821,36 (diez mil ochocientos veinte uno con treinta y seis centavos), así mismos estimo los activos diferidos en los costos de diseño de proyecto, tramites y costo de constitución de la empresa con un total de 4.300,00 (cuatro mil trescientos dólares americanos), con un valor total de inversión de 208.291,36 (doscientos ocho mil doscientos noventa y uno con treinta y seis centavos americanos) estableciendo que el inversionista de la obra aportara con el 20% de la inversión mientras que el 80% se lo realizará por ente financiero mediante préstamos a instituciones financieras.

Cuadro 4.35. Factibilidad económica

POSIBLES RUBROS PARA LA INVERSION DEL NEGOCIO			FINANCIAMIENTO		DEPRECIACIÓN		
		VALOR	PROPIO	TERCEROS (crédito)	VIDA ÚTIL (años)	VALOR RESIDUAL	VALOR DEPRECIACIÓN
ACTIVOS FIJOS	Terrenos	40.000,00	40.000,00				ACTIVO NO DEPRECIABLE
	Construcciones	60.000,00	-	60.000,00	20	3.000,00	2.850,00
	Equipos	22.000,00	-	22.000,00	10	2.200,00	1.980,00
	Equipos de Oficina	12.500,00	-	12.500,00	10	1.250,00	1.125,00
	Equipos de cómputo	12.500,00	-	12.500,00	-	-	-
	Muebles y Enseres	24.770,00	-	24.770,00	10	2.477,00	2.229,30
	Muebles de Oficina	12.400,00	-	12.400,00	10	1.240,00	1.116,00
	Menaje y Lencería	9.000,00	-	9.000,00	10	900,00	810,00
		-	-	-			
VALOR TOTAL DE ACTIVOS FIJOS		193.170,00	40.000,00	153.170,00			10.110,30
CAPITAL DE TRABAJO	Mano de obra operativa (para operar máximo unos 3 a 6 meses).	6.171,35	-	6.171,35			
	Materia Prima (para operar máximo 3 a 6 meses).	4.233,34	-	4.233,34			
	Materia Promocional o Publicidad.	416,67	-	416,67			
VALOR TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		10.821,36	-	10.821,36			
ACTIVOS DIFERIDOS	Costos por diseños del proyecto	1.500,00	-	1.500,00			
	Costos por trámites o impuestos	300,00	-	300,00			
	Costos de constitución de la empresa	2.500,00	-	2.500,00			
VALOR TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		4.300,00	-	4.300,00			
TOTAL DE LA INVERSIÓN		208.291,36	40.000,00	168.291,36			

Fuente: Elaborado por las autoras

4.4.1.2. IDENTIFICACIÓN, CUANTIFICACIÓN Y VALORACIÓN DE INGRESOS Y EGRESOS.

Para establecer el costo unitario de alimentación o materia prima se cuantificó los insumos, como desayunos, almuerzos, cenas y otros, mediante estimaciones de valores proyectados en la competencia, midiendo el nivel de rentabilidad en la elaboración de los platos, y así establecer el precio de costo más la utilidad, y el precio de venta menos la utilidad para obtener el costo de la materia prima neto.

Cuadro 4.36. Identificación cuantitativa

COSTO MATERIA PRIMA		
Detalle	P. Venta Unitario	Costo Unitario
DESAYUNOS	3,00	1,05
ALMUERZOS	4,00	1,40
CENAS	5,00	1,75
PLATOS A LA CARTA	10,00	3,50
Bebidas	17,00	11,50
SUMA	39,00	19,20

Elaborado: por las autoras

4.4.1.3. COSTO MANO DE OBRA DIRECTA Y ADMINISTRATIVOS

Se dispone para la implementación de la propuesta un personal operativo, en las diferentes áreas, tanto en la mano de obra directa y en el área administrativa de la empresa, este personal se encontrará distribuidos en las diferentes áreas del Parque Acuático, con una remuneración de acuerdo a la categoría de desempeño, más los servicios de ley, decimos y aportes al IESS establecida en el cuadro propuesto.

Cuadro 4.37. Costo mano de obra directa

COSTO MANO DE OBRA DIRECTA									
Cargo	No. Empleado	Sueldo	Aporte Patronal (12,15%)	Sueldo + Aporte (mensual)	Sueldo Anual	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Sueldo + Décimos	Total Sueldos
Chef	1	600,00	72,90	672,90	8.074,80	354,00	600,00	9.028,80	9.028,80
Recepcionista	1	400,00	48,60	448,60	5.383,20	354,00	400,00	6.137,20	6.137,20
Cocinero	1	354,00	43,01	397,01	4.764,13	354,00	354,00	5.472,13	5.472,13
Mesero	2	354,00	43,01	397,01	4.764,13	354,00	354,00	5.472,13	10.944,26
Seguridad	2	420,00	51,03	471,03	5.652,36	354,00	420,00	6.426,36	12.852,72
Ayudante de limpieza	2	354,00	43,01	397,01	4.764,13	354,00	354,00	5.472,13	10.944,26
SUMA	9	2.482,00	301,56	2.783,56	33.402,76	2.124,00	2.482,00	38.008,76	55.379,38
COSTO PERSONAL ADMINISTRATIVO									
Cargo	No. Empleado	Sueldo	Aporte Patronal (12,15%)	Sueldo + Aporte (mensual)	Sueldo Anual	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Sueldo + Décimos	Total Sueldos
Gerente	1	800,00	97,20	897,20	10.766,40	354,00	800,00	11.920,40	11.920,40
Asistente Administrativo	1	490,00	59,54	549,54	6.594,42	354,00	490,00	7.438,42	7.438,42
SUMA	2	1.290,00	156,74	1.446,74	17.360,82	708,00	1.290,00	19.358,82	19.358,82

Fuente: Elaborado por las autoras

4.4.1.4. INSUMOS DE HOSPEDAJE Y RESTAURACIÓN

Cuadro 4.38. Insumos de egresos no operacionales

INSUMOS DE HOSPEDAJE Y RESTAURACIÓN			
	Diario	Mensual	Anual
Menaje de hospedaje y restaurant	15	450,00	5.400,00
Lencería de hospedaje y restaurant	20	600,00	7.200,00
SUMA	35	1.050,00	12.600,00
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN			
	Diario	Mensual	Anual
Mantenimiento de instalaciones	10,00	300,00	3.600,00
SUMA	10	300,00	3.600,00

Fuente: Elaborado por las autoras

Cuadro 4.39. Capital de operación

CAPITAL DE OPERACIÓN				
	Unidad	Costo Primer Año	Costo Diario	Necesidad Capital de Trabajo
Materia Prima:	global			
Alimentos en general		29.000,00	201,39	2.416,67
Insumos de Hospedaje y Restauración:	paquete	12.600,00	35,00	1.050,00
Menaje y Lencería				
Remuneración de Personal:				
Mano de obra directa	sueldo	54.821,38	152,28	4.568,45
Personal administrativo	sueldo	19.234,82	53,34	1.602,90
Otros costos y gastos administrativos:	global	3.600,00	10,00	300,00
Mantenimiento de Instalaciones				
Servicio Eléctrico	global	1.500,00	4,17	125,00
Agua	global	1.800,00	5,00	150,00
Teléfono	global	900,00	2,50	75,00
Internet	global	600,00	1,67	50,00
Suministros de oficina	global	800,00	2,22	66,67
Promoción:	global			
Publicidad		5.000,00	13,89	416,67
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN :				10.821,35

Elaborado por las autoras

4.4.1.3. FLUJOS FINANCIEROS Y ECONÓMICOS

Para el flujo de caja se estimó los ingresos operacionales, las ventas estimadas proyectadas en los diferentes servicios como; hospedaje, restauración y ventas de entradas al Parque Acuático, el cual se calculó mediante la capacidad operativa anual, con un total de 270.387,50 (doscientos setenta mil trescientos ochenta y siete con cincuenta centavos americanos), proyectado en el primer año, así mismo se obtuvo el total de egresos operacionales distribuidos en los costos de materia prima, insumos por hospedaje y restauración, gastos administrativos y costos indirectos de producción con un total de egreso operacional de 129.856,20 (ciento veintinueve mil ochocientos cincuenta y seis con veinte centavos), obteniendo un flujo operacional de 140.531,30 de rentabilidad anual.

Cuadro 4.40. Flujos financieros económicos

FUJO DE CAJA PROYECTADO						
	0	1	2	3	4	5
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Ventas por hospedaje	-	68.687,50	75.556,25	83.111,88	91.423,06	100.565,37
Ventas por restaurante	-	21.700,00	23.870,00	26.257,00	28.882,70	31.770,97
Ventas por Entradas		180.000,00	198.000,00	217.800,00	239.580,00	263.538,00
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	-	270.387,50	297.426,25	327.168,88	359.885,76	395.874,34
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Materia prima	-	29.000,00	31.900,00	35.090,00	38.599,00	42.458,90
Insumos por hospedaje y restauración	-	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08	15.315,38
Mano de obra directa	-	54.821,38	59.755,30	65.133,28	70.995,28	77.384,85
Gastos de administración	-	19.234,82	20.388,91	21.612,24	22.908,98	24.283,52
Costos indirectos de producción	-	14.200,00	14.910,00	15.655,50	16.438,28	17.260,19
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES	-	129.856,20	140.184,21	151.382,53	163.527,61	176.702,84
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	-	140.531,30	157.242,04	175.786,35	196.358,16	219.171,50
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito a largo plazo	168.348,20	-	-	-	-	-
Aportación propia	40.000,00	-	-	-	-	-
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	208.348,20	-	-	-	-	-
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de intereses al banco	-	15.987,68	12.621,85	9.256,02	5.890,20	2.524,37
Pago de crédito al banco	-	33.658,27	16.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00
Pago participación utilidades	-	17.165,00	20.176,48	23.463,00	27.053,65	30.980,52
Pago de impuestos	-	24.317,08	28.583,35	33.239,26	38.326,00	43.889,08
<u>Adquisición de activos fijos:</u>						
Terreno	40.000,00	-	-	-	-	-
Construcción Civil	60.000,00	-	-	-	-	-
Equipamiento	97.470,00	-	-	-	-	-
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	197.470,00	91.128,03	77.381,69	81.958,28	87.269,85	93.393,97
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	10.878,20	(91.128,03)	(77.381,69)	(81.958,28)	(87.269,85)	(93.393,97)
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	(10.878,20)	49.403,27	79.860,35	93.828,07	109.088,31	125.777,53
H. SALDO INICIAL DE CAJA	-	10.878,20	60.281,47	140.141,82	233.969,89	343.058,20
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	(10.878,20)	60.281,47	140.141,82	233.969,89	343.058,20	468.835,73
	(208.348,20)	49.403,27	79.860,35	93.828,07	109.088,31	125.777,53

Elaborado: por las autoras

4.4.1.4. INDICADORES ECONÓMICOS Y SOCIALES VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO (VAN Y TIR)

Los indicadores en el cuadro muestran que el valor actual neto corresponde a 123.231,03 (ciento veinte y tres mil doscientos treinta y uno con tres centavos), con una tasa efectiva del 10.25%, y una tasa interna de retorno de un 28%, así también los se puede demostrar que el valor actual neto (VAN) da positivo y la tasa interna de retorno (TIR) da un porcentaje mayor a la tasa efectiva tal como se lo muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro 4.41. Indicadores económicos

VALOR ACTUAL NETO (VAN)	\$ 123.231,03
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	28%
TASA EFECTIVA	10,25%

Elaborado: por las autoras

La presente investigación muestra un resultado factible la implementación del parque acuático en el cantón Manta, ya que con la investigación de mercado se ha demostrado que en el cantón Manta no existe un parque acuático o centro de recreación con estas características y la demanda potencial y real exponen un resultado favorable para la aceptación del parque acuático. El análisis técnico muestra las condiciones aceptables para la implementación del proyecto, de la misma manera, el análisis del impacto ambiental representa una alternativa viable para la ejecución del proyecto, así mismo los índices financieros obtenidos demuestran que el presente proyecto es rentable, puesto que el valor actual neto es positivo y la tasa interna de retorno es mayor a la tasa efectiva, por tanto se lo debe ejecutar.

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- ✚ El diagnóstico permitió conocer que las principales problemáticas del sector turístico en el cantón Manta, se dan a causa del bajo nivel socio económico lo que imposibilita la iniciativa para la inversión de nuevos centros de recreación.

- ✚ El estudio de mercado determinó que el 98% de las personas encuestadas prefieren un centro de recreación que ofrezca variedad y diversión, así como también se logró identificar que en el cantón Manta no existe un Parque acuático.

- ✚ Con el estudio técnico se logró determinar la ubicación, dimensión del proyecto y la capacidad instalada, lo que permitió diseñar la estructura y distribución del mismo.

- ✚ El análisis económico-financiero permitió comprobar la factibilidad económica del proyecto, obteniendo que la tasa interna de retorno sea mayor a la tasa efectiva, resultando ser positivo el valor actual neto y por lo tanto se determinó que el proyecto para el parque acuático es factible.

5.2. RECOMENDACIONES

- ✚ Una vez realizado el diagnóstico turístico y el análisis FODA, se sugiere al GAD municipal del cantón Manta, potencializar la oferta turística que posee el sector y hacer énfasis en las promociones de los recursos turísticos a nivel provincial y nacional para así posesionar la imagen del cantón Manta en el mercado turístico.

- ✚ Se propone al Ministerio de turismo, implementar un plan de capacitación en negocios, promoción y difusión turística y de esta manera, los dueños de los establecimientos turísticos puedan adquirir conocimientos de cómo captar la demanda e incrementar las actividades turísticas de manera responsable y aumentar el interés del turista ante el producto que se ofrece.

- ✚ Se recomienda al GAD Municipal del cantón Manta realizar campañas de capacitación para los centros de recreación, turística e incentivar a los propietarios de establecimientos y habitantes del cantón para desarrollar nuevas alternativas de turismo y diversificar la oferta turística.

- ✚ Se recomienda a las autoridades competentes de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí (ESPAM-MFL), en conjunto con la carrera de Ingeniería en Turismo, socializar el presente estudio a el Ministerio de turismo y, estos a su vez con el departamento de turismo del GAD Municipal del cantón Manta, para que se ejecute el proyecto y de esta forma se pueda contribuir al incremento de ofertas turísticas en el cantón, para lo cual es preciso otorgar un ejemplar de esta investigación a quienes les compete.

BIBLIOGRAFÍA

- Admin 2010. Metodología de la investigación. En Contexto. (En Línea) consultado, 8 de nov. 2014. Formato HTML. Disponible en: <http://encontexto.com/temas/investigacion/metodologia-de-la-investigacion-2-328.html>
- Agudelo, L. 2013 educación y tecnología para el desarrollo humano “Eventos de comunicación y mercadeo. (En línea). EC. Consultado, 1 de dic. 2013. Formato PDF. Disponible en: <http://www.slideshare.net/pydmercado/clase-3-estudio-del-mercado-oferta-y-demanda>
- Aguilar, J. y Vargas, J. (2010) Servicio al cliente. Network de Psicología Organizacional. México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C. México. p. 3. (En línea). EC. Consultado, 5 de Feb. 2015. Formato PDF. Disponible en http://www.conductitlan.net/psicologia_organizacional/servicio_al_cliente.pdf
- Aguirre, J. 2013. Plan de Marketing enfocado al consumidor para la Inmobiliaria Concreto en la ciudad de Cuenca. Cliente. Tesis. Ing. Comercial. Universidad Israel. Quito, EC. p. 8. (En línea). EC. Consultado, 1 d jun. 2014. Formato PDF. Disponible en <http://186.42.96.211:8080/jspui/bitstream/123456789/1516/1/TESIS%20JORGE%20AGUIRRE.pdf>
- Álava, A. 2013. Programa de capacitación dirigido a la unión de asociaciones de prestadores de servicios turísticos del cantón Playas provincia del Guayas. Tesis. Ing. Administración de empresa. UPSE. Libertad, EC. p. 54. (En línea). EC. Consultado, 5 de Feb. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://www.repositorio.upse.edu.ec:8080/bitstream/123456789/689/1/85.-ALAVA%20ALAREZ%20AMNABELLI.pdf>
- Alvarado, D. 2013. Factibilidad de construcción de un parque acuático que mejore la zona turística en el cantón Salistre-Ecuador. Tesis. Lcda. en Publicidad y Mercadotecnia. Universidad de Guayaquil. Guayaquil, EC. p 19. Consultado, 8 de Feb. 2014.
- Arias, Fidas 2006. El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica. 5ed. Caracas - Venezuela: Episteme. p. 81.
- Arruda, D. Branco, A. Castelo, M. 2012. Estudios y perspectivas en turismo. Oferta turística. Buenos Aires Argentina. Revista RedayC. Vol. 21. p.12. (En Línea). EC.

Consultado, 8 de feb. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/1807/180724056005.pdf>

Asamblea Nacional del Ecuador. 2008. Constitución del Ecuador. Artículo 14; 280. Quito. EC. (En línea). Consultado 31 de jul. 2014. Formato PDF. Disponible en <http://www.un.org/esa/socdev/unpfii/documents/EGM-Del-desarrollo-al-vivir->

Balestini, M. 1998. Como se Elabora el Proyecto de Investigación. Caracas-Venezuela: Consultores y Asociados Servicio editorial.

Barahona, C. 2012. Estudio para la creación de un centro de recreación para adultos mayores en la parroquia de cutuglagua- cantón mejía-provincia pichincha Tesis. Ing. Administración de empresas. Universidad central del Ecuador. Quito-Pichincha, EC. (En línea). EC. Consultado, 8 de Feb. 1014. Formato PDF. Disponible en <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/803/12/UPS-CT001931.pdf>

Barroso, G y Nicolau, K. 2010. Marketing Turístico Internacional la Marca Brasil, el marketing turístico. p. 244-245. (En línea). Brasil consultado, 1 de jun. 1014. Formato PDF. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3351485>

Beltrán. 2013. Estudio de factibilidad para el diseño e implementación de un parque acuático en el cantón Esmeraldas, con un enfoque basado en procesos. EC. Consultado, 15 de oct. 2013. Formato PDF. Disponible en <http://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/217/1/BELTRAN%20BAQUE%20JUAN%20PABLO.pdf>

Cabarcos, N. 2010. Promoción y veta de servicios turísticos, comercialización de productos turístico. La oferta y los componentes de la oferta turística. 1 ed. España. Ideas propias Editorial S.L. p. 8. (En línea). EC. Consultado, 1 d jun. 1014. Formato PDF. Disponible en http://books.google.es/books?id=GDlxq8Zsj_0C&pg=PT24&dq=La+oferta+tur%C3%ADstica&hl=es&sa=X&ei=Moy1U4iDAYOQqgbX2IK4Bg&ved=0CCoQ6AEwAA#v=onepage&q=La%20oferta%20tur%C3%ADstica&f=false

Cantoni, N. 2009. Técnicas de muestreo y determinación del tamaño de la muestra en investigación cuantitativa. BS-AS-ARG. Revista Argentina de Humanidades y Ciencias Sociales (ISSN 1669-1555) Volumen 7, nº 2. Formato HTM. Disponible en: http://www.sai.com.ar/metodologia/rahycs/rahycs_v7_n2_06.htm

- Córdoba, a. 2012. Plan de Negocios para la Comercialización de Producto para Limpiar Autos, en el Distrito Metropolitano de Quito. Tesis. Ing. Comercial. Universidad Internacional de Ecuador. Quito-Ecuador. p 26. EC. (En línea). Consultado 31 de jul. 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://dspace.internacional.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/39/1/PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20PARA%20LA%20COMERCIALIZACION%20DE%20PRODUCTO%20PARA%20LIMPIAR%20AUTOS,%20EN%20EL%20DISTRITO%20METROPOLITANO%20DE%20QUITO.pdf>
- De La Torre, A. 2011. Turismo y calidad del servicio. p. 139(En línea). EC. Consultado, 5 de Feb. 1015. Formato PDF. Disponible en http://www.fcctp.usmp.edu.pe/cultura/imagenes/pdf/25_6.pdf
- Dellavedova, M. 2010. Guía metodológica para la Elaboración de una Evaluación de Impacto Ambiental. Universidad nacional de la Plata, facultada de arquitectura y urbanismo. 1 ed. La plata. p. 4 (En línea). EC. Consultado, 1 de dic. 2013. Formato PDF. Disponible en: <http://blogs.unlp.edu.ar/planeamientofau/files/2013/05/Ficha-17-GUIA-METODOLOGICA-PARA-LA-ELABORACION-DE-UNA-EIA.pdf>
- Días, M. 2013. Producción, comercialización y rentabilidad de la naranja (citrus aurantium) y su relación con la economía del cantón la maná y su zona de influencia, año 2011. Comercialización-producción. Tesis. Ing. Comercial. UTC. La Mana, EC. p. 12-25 (En línea). EC. Consultado, 1 d jun. 1014. Formato PDF. Disponible en <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB4QFjAA&url=http%3A%2F%2Frepositorio.utc.edu.ec%2Fbitstream%2F27000%2F1567%2F1%2FT-UTC-2125.pdf&ei=K3PZVMLVHMTIsASe5oDgDg&usg=AFQjCNH0q1Z9dQe3ZtO4r4npgKriizYzqQ>
- El Diario. 2013. 600 mil turistas llegan a Manabí cada año. Manabí-Portoviejo. EC. Periódico el Diario. p. 6-7.
- Enríquez, J. 2011 el servicio al cliente en restaurantes del centro de Ibarra. Estrategias de desarrollo de servicios. Cliente. Proyecto. Ms.C. Administración de negocios. Universidad Técnica del Norte. Ibarra Ecuador. p. 57-58 (En línea). EC. Consultado, 7 de Feb. 1014. Formato PDF. Disponible en <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1148/1/Pg%20251-TESIS%20MBA%20MANUAL%20DE%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE.pdf>
- Eras, R. 2013. “Estudio de Factibilidad para la Creación de un Parque Recreacional en la Ciudad de Loja”. (En línea). EC. Consultado, 15 de oct. 2013. Formato PDF. Disponible en

<http://dspace.unl.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/116/1/estudio%20de%20factibilidad%20para%20la%20creaci%20n%20de%20un%20parque%20recreacional%20en%20la%20ciudad%20de%20loja%20-%20ronald%20eras-pdf>

Flores, D. Barroso M. 2012. La Demanda Turística Internacional. Medio siglo de evolución. Revista de Economía Mundial reladyc Huelva, Es. p. 131. (En línea). EC. Consultado, 1 de Jun. 2014. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/866/86625395006.pdf>

Franco, Y 2014. Tesis de Investigación. Población y Muestra. Tamayo y Tamayo. (En Línea). VE. Consultado, 26 de oct. 2014. Formato HTM. Disponible: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>

Fuenmayor, S. 2014. Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializador de mermelada de frutilla aplicado en la parroquia de San Rafael-Imbabura. Tesis. Ing. Comercial. EPN. Imbabura-EC. p. 16-17. (En línea). EC. Consultado, 1 de dic. 2014. Formato PDF. Disponible en <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/8545/1/CD-5757.pdf>

GAD. (Gobierno autónomo descentralizado de Cantón Manta). 2012. Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Manta 2012-2020. Manta- Manabí. EC. P 27-28-29 30 (En línea). EC. Consultado 19 de feb. 2015. Formato PDF. Disponible en

Gobierno Provincial de Manabí. 2013. Cantón Manta. (En Línea). EC. Consultado, 12 de jul. 2014. Formato HTM. Disponible en: <http://www.manabi.gob.ec/cantones/manta>

Godoy, E. 2011. Estudio para la creación de un Supermercado Integral Ubicado en la Parroquia de Carcelén (DMQ). Tesis. Ing. EPE. Sangolquí, EC. Comercial del Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y de Comercio. (En línea). EC. Consultado, 1 de dic. 2014. Formato PDF. Disponible en <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3170/1/T-ESPE-031029.pdf>

Gomes, R. Lima, H. 2014. Estudio de factibilidad para la creación de la empresa de producción y comercialización de chaquetas de cuero para niños y niñas, en el cantón Cotacachi, provincia de Imbabura. Tesis. Ing. Contabilidad y Auditoría C.P.A. UTN. Ibarra, EC. p. 69. (En línea). EC. Consultado, 1 de dic. 2014. Formato PDF. Disponible en <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/3590/1/02%20ICA%20829%20TE SIS.pdf>

- Guanuquiza, V. Segarra, C. 2010. Estudio de Factibilidad para la Creación de una Operadora Turística en la Ciudad de Cuenca durante el Periodo 2010. Tesis. Ing. Comercial. Universidad de Cuenca. Cuenca-Ecuador. p 27. (En Línea). EC. Consultado, 8 de Feb. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1156/1/tad1009.pdf>
- Guijarro, J. 2013. Estudio de factibilidad para la implementación de un museo arqueológico, en la comunidad de Alacao, parroquia la matriz, cantón Guano, provincia de Chimborazo. Tesis. Ing. en Ecoturismo. ESPC. Riobamba, EC. (En línea). EC. Consultado, 8 de Feb. 2014. Formato PDF. Disponible en <http://dspace.esepoch.edu.ec/bitstream/123456789/2991/1/23T0379%20JORGE%20GUIJARRO.pdf>
- Hernández, Fernández y Baptista. 2003. Metodología de la Investigación. (En Línea). EC. Consultado 20 de jul. 2014. Formato PDF. Disponible en http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/aroche_j_za/capitulo3.pdf
- Hernández, R. 2002. Del método científico al clínico. Consideraciones teóricas. Ciudad de La Habana, CU. Revista Cubana de Medicina General Integral. Vol.18 n. 2. Versión On-line ISSN 1561-3038. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-21252002000200011&script=sci_arttext#cargo
- INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo). 2010. Resultados de censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Quito-EC. (En línea). EC. Consultado 19 de feb. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- . 2010. Censo de Población y Vivienda. Fascículo Provincial Manabí. (En Línea). EC. Consultado, 12 de jul. 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>
- .2010. Censo de Población y Vivienda. Fascículo Cantón Manta. (En Línea). EC. Consultado, 12 de jul. 2014. Formato HTM. Disponible en: http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_remository&Itemid=420&func=stardown&id=737&lang=es
- I–Tur (dirección de atención e información al turismo), 2014. Catastro turístico del cantón Manta.

----- (dirección de atención e información al turismo), 2014. Estadísticas, Manta turístico en cifras.

Lilliam, M. y García, V. (2011). Estudio de caso producto Turístico FINCAMAR: evaluación del diseño y valoración de su implementación. Ms.C. Gestión de Turismo Sostenible. Universidad para la Cooperación Internacional Maestría en Gestión del Turismo Sostenible. p 14. (En línea). EC. Consultado, 8 de Feb. 2014. Formato PDF. Disponible en <http://uci.ac.cr/Biblioteca/Tesis/PFGMGTS70.pdf>

Macas, A. Luna, G. 2010. Análisis de rentabilidad económica y financiera y propuesta de mejoramiento en la empresa comercializadora y exportadora de bioacuáticos “coexbi s.a” del Cantón Huaquillas en los periodos contables 2008 – 2009. Tesis. Ing. en Contabilidad y Auditoría. Contador Público Auditor. UTPL. Loja, EC. p 42 (En línea). EC. Consultado 31 de jul. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1388/1/tesis%20ing.%20en%20contabilidad.pdf>

MAE. (Ministerio del Ambiente EC). 3013. Estudio de Impacto Ambiental zona Costera. (En Línea). EC. Consultado, 12 de jul. 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://www.ambiente.gob.ec/programas-y-servicios/>

MINTUR. (Ministerio de Turismo). 2002. Ley de Turismo No. 97. RO/ Sup 733. Art. 1, Art. 15. (En Línea). EC. Consultado, 2 de ene. 2014. Formato PDF. Disponible en http://blog.espol.edu.ec/ricardomedina/files/2009/03/ley_turismo.pdf

----- 2013. Catastro turístico del Ecuador. (En Línea). EC. Consultado 20 de jun. 2013. Disponible en <http://www.turismo.gob.ec/catastro/>

----- 2009. Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014. (En Línea). EC. Consultado 20 de jun. 2014. Formato PDF. Disponible en http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf

----- 2007. PLANDETUR 2020. (Plan de Desarrollo de Turismo). (En Línea). EC. Consultado 5 de dic. 2013. Formato PDF. Disponible en http://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/inf_final_plandetur2020.pdf

Molina, T. Castillo, H. Pérez, M. 2010. Modelo de control interno financiero que contribuya al manejo de inventarios y a la rentabilidad financiera de los negocios de artesanías, ubicados contiguos al centro internacional de ferias y convenciones de san salvador. Lcd. en contraloría pública. Universidad Francisco Gavidia. El salvador. p 91. (En

línea). EC. Consultado 31 de jul. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TEFLIP/657.458-M722m/HTML.html#/1/zoomed>

Morales, C. 2010. Formulación y Evaluación de Proyectos Estudio Técnico. (En línea). EC. Consultado, 1 de dic. 2013. Formato PDF. Disponible en http://fyedeproyectos2.files.wordpress.com/2010/07/u-3_notas-de-clase.pdf

Murray S. y Larry S. (2005). Estadística. 4ta edición. Mc Graw-Hill. México, D.F.

Pacheco, v. Carrera, p. Almeida, k. 2011. Propuesta metodológica para la evaluación de la factibilidad de proyectos de turismo comunitario. Valdivia-Chile. Revista electrónica UACH. (En línea). EC. Consultado, 8 de jul. 2015. Formato HTML. Disponible en http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-64282011000100002&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Rigol, L. Pérez, R. 2011. La gestión de la demanda turística como concepto. Cuba. TOUR y DES. Vol. 4. (En línea). EC. Consultado, 5 de Feb. 2015. Formato HTM. Disponible en <http://www.eumed.net/rev/turydes/09/rmpc.htm>

Sampieri, R., Fernández C. y Baptista L. (2006). Metodología de la Investigación. Editorial McGrawHill. México. (En Línea). EC. Consultado 30 de jul. 2014. Formato PDF. Disponible en: http://competenciashg.files.wordpress.com/2012/10/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf

SEMARNAT (secretaría de medio ambiente y recursos naturales) 2015. Impacto ambiental. (En línea). EC. Consultado, 1 de may. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://www.semarnat.gob.mx/transparencia/transparenciafocalizada/impactoambiental>

SENPLADES (Secretaría de Planificación y Desarrollo). 2009. Plan Nacional para el Buen Vivir (2009 – 2013). Quito. Pág. 13. Formato PDF. Disponible en www.planificacion.gob.ec/wp-content/plugins/.../download.php?id

Taco, L. 2013. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de lavado automatizado de vehículos que presten servicios de calidad en la atención al cliente en la ciudad de Ambato, factibilidad, comercialización, estudio técnico. Tesis. Ing. Comercial con administración de la productividad. Escuela de Administración de empresas. Ambato, EC. p. 24-41-48-56. (En línea). EC. Consultado, 5 de Feb. 2015.

Formato PDF. Disponible en <http://repositorio.pucesa.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/899/1/75572.pdf>

Tapia, A. 2010. Estudio de factibilidad para la creación de Un centro de recreación y esparcimiento con membrecías, en el sector de la laguna de Yahuarcocha, perteneciente a la parroquia la Dolorosa del priorato, de la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura. Tesis. Ing. En contabilidad superior y auditoría C.P.A. Escuela de administración de empresas. Ibarra – Imbabura. (En línea). EC. Consultado 19 de feb. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/460/2/02%20ICA%20088%20TESIS.pdf>

Terán, L. 2011. Investigar la Satisfacción del Cliente de Servicios Públicos Municipales del Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi Utilizando el Modelo Servqual. Cliente. Servicio. Ing. Comercial. ESP. Sangolquí. EC. p. 44- 47-48 (En línea). EC. Consultado, 1 d jun. 2014. Formato PDF. Disponible en <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/5127/1/T-ESPEL-0894.pdf>

Torres, J. 2015. Estudio de viabilidad en la implementación de vehículos electrónicos en la ciudad de Cuenca. Tesis. Ing. mecánico automotriz. Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca. Cuenca, EC. p 2. (En línea). Consultado 31 de jul. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/8050/1/UPS-CT004893.pdf>

Tubon, M. 2011. el servicio al cliente y su incidencia en las ventas de la industria la raíz del jean del cantón Pelileo. Cliente-Comercialización. Tesis. Ing. En empresas. UTA. Ambato-Ecuador. p. 20-25. (En línea). EC. Consultado, 5 de Feb. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/1415/266%20Ing.pdf?sequence=1>

UEIE. S.L. Unidad Editorial Información Económica S.L. (2015). Expansión. Madrid. (En línea). EC. Consultado 31 de jul. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://www.expansion.com/diccionario-economico/rentabilidad.html>

Vargas, V. 2011. Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida ecuatoriana en el parque acuático ubicado en la provincia de Bolívar, cantón San Miguel, parroquia Balsapamba. Tesis. Ing. Comercial. UPSSQ. Quito- Pichincha, EC. (En línea). EC. Consultado, 8 de Feb. 2014. Formato PDF. Disponible en <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5024/1/UPS-QT02472.pdf>

- Vega, J. 2007. Los estudios de viabilidad para negocios. Centro de desarrollo económico (CDE) del recinto universitario de Mayagüez. (En línea). Consultado 31 de jul. 2015. Formato PDF. Disponible en http://www.uprm.edu/cde/public_main/Informes_Articulos/articulos/ArticuloViabilidad.pdf
- Vela, D. 2012 “Diseño de un Producto Turístico para la Conservación y uso del Patrimonio Cultural del Centro de Turismo Comunitario San Virgilio, Cantón Arajuno, Provincia de Pastaza”. Tesis. Ing. Ecoturismo. ESPC. Riobamba- EC. p. 9. 29. (En línea). EC. Consultado, 8 de Feb. 2014. Formato PDF. Disponible en <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/1839/1/Tesis%20Diego%20Mauricio%20Vela%20Sampedro%20-%20EIE.pdf>
- Villalva, D. 2011. Diseño de productos turísticos sostenibles para el cantón Cumandá provincia de Chimborazo. Tesis. Ing. Ecoturismo. ESPOCH. Riobamba, EC. p 8-63-70.
- Zúñiga, M. Montoya, J. Cambroner, A. 2007. Gestión de proyectos de conservación y manejo de recursos naturales. 1 ed. Costa Rica. p 17-18. . (En línea). Consultado 31 de jul. 2015. Formato PDF. Disponible en <https://books.google.com.ec/books?id=Csfje0S9jQAC&pg=PA117&dq=definicion+de+viabilidad&hl=es&sa=X&ved=0CBwQ6AEwAGoVChMly-bNu-eGxwIVg5UNCh1X7w0l#v=onepage&q=definicion%20de%20viabilidad&f=false>

ANEXOS

ANEXO 1

COMPARACIÓN DE CRITERIOS DE AUTORES

Guijarro Jorge 2013	Tapia Ana Luisa 2010	Miranda Sandra 2013	Vargas Veronica 2011	Barahona, Cinthya. 2012
Fase I Diagnóstico situacional a. Antecedentes b. Localización c. Ubicación geográfica d. Características climáticas e. Ecología f. Características del suelo	Fase I Diagnóstico situacional a. Ubicación geográfica b. Aspecto político y administrativo c. Infraestructura básica d. Población e. Aspecto económico f. Atractivos turísticos	Fase I Características del lugar a. Localización b. Ubicación geográfica c. Características climáticas d. Características del suelo e. Evaluación del potencial turístico	Fase I Diagnóstico situacional a. Ubicación geográfica b. Características c. Ecología d. Hidrografía e. Población f. Actividades económicas g. Análisis del sector turístico	Fase I Diagnóstico situacional a. Ubicación geográfica b. Características del suelo c. Infraestructura básica d. Clima e. Generalidades socio económicas
Fase II Estudio comercial a. Análisis de la oferta b. Análisis de la demanda c. Confrontación oferta demanda	Fase II Estudio de mercado a. Descripción de la investigación de mercado b. Descripción del consumidor c. Segmentación del mercado d. Análisis de la demanda e. Análisis de la oferta f. Análisis de la competencia	Fase II Estudio de mercado a. Análisis de la demanda b. Análisis de la oferta c. Precio d. Producto e. Competencia f. Comercialización	Fase II Estudio de mercado a. Análisis situacional b. Análisis FODA c. Investigación de mercado	Fase II Estudio de mercado a. Investigación del estudio de mercado b. Metodología de investigación c. Análisis de la demanda d. Proyección de la demanda e. Análisis de la oferta f. Análisis de la competencia g. Precio h. producto i. Servicio
Fase III Estudio técnico a. Localización del proyecto b. Tamaño del proyecto c. Estudio mercadotécnico d. Nicho de mercado e. Marketing mix f. Estudio de impacto ambiental	Fase III Estudio técnico a. Tamaño del proyecto b. Localización c. Ingeniería del proyecto	Fase III Estudio técnico a. Localización del proyecto b. Tamaño del proyecto c. Condiciones físicas y ambientales d. Diseño del proyecto	Fase III Estudio técnico a. Plan operativo b. Localización del proyecto c. Plan estratégico d. De las 4 ps a las 4cs y	Fase II Estudio técnico a. Localización del proyecto b. Ingeniería del proyecto c. actividades d. Seguridad e. Impacto Ambiental f. Económicos g. Sociales
Fase IV Estudio administrativo y legal del proyecto a. Estructura organizativa	Fase IV Estudio financiero a. Inversión b. Ingresos c. Egresos d. Estados financieros proforma e. Evaluación financiera	Fase IV Estudio de impactos a. Ambiental Fase V Estudio económico financiero a. Egresos b. Costo del proyecto c. Costos operacionales d. Ingresos e. Calculo de la viabilidad del proyecto f. Estados financieros	Fase IV Estudio financiero a. Inversión b. Sistema de financiamiento c. Egresos d. Ingresos e. Punto de equilibrio f. Estados financieros g. Evaluación financiera	Fase IV Estudio financiero a. Plan de inversión b. Financiamiento del proyecto c. Inversión activos d. Presupuestos e. Fuentes de financiamiento.
Fase V Estudio económica-financiera a. Financiamiento b. Evaluación financiera				

Elaborado por las autoras

ANEXO 2

MATRIZ DE SÍNTESIS DE CRITERIOS

ELEMENTOS	Metodología para realizar un estudio de factibilidad de un producto turístico					
	Tapia 2010	Vargas 2011	Barahona 2012	Guijarro 2013	Miranda 2013	Total
Diagnóstico situacional.	x	x	x	x		4
Ubicación geográfica	x	x	x	x	x	5
Características climáticas			x	x	x	3
Población	x	x	x			3
Estudio de mercado	x	x	x	x	x	5
Análisis de la oferta	x		x	x	x	4
Análisis de la demanda	x		x	x	x	4
Estudio técnico	x	x	x	x	x	5
Localización del proyecto.	x	x	x	x	x	5
Estudio de impacto ambiental				x	x	2
Estudio financiero	x	x	x	x	x	5
Estados financieros	x	x	x	x	x	5
Total	10	8	11	11	10	50

Elaborado por las autoras

ANEXO 3

FORMATO DE ENCUESTAS APLICADAS A VISITANTES DEL CANTÓN MANTA

Elaborado por las autoras



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
"MANUEL FELIX LOPEZ"

CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN MANTA



Estimado visitante, la presente encuesta tiene como fin establecer el perfil turístico, de las personas que visitan el cantón Manta. Cabe indicar que dicha información proporcionada será absolutamente confidencial lo cual nos servirá como herramienta para realizar el trabajo de tesis que lleva por título ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN PARQUE ACUÁTICO EN EL CANTÓN MANTA, PROVINCIA MANABÍ. Por favor sírvase a contestar de manera objetiva las siguientes preguntas.

1. **Lugar de procedencia:** Nacional () Extranjera ()
2. **Lugar de residencia**.....
3. **Cuanto tiempo permanecerá en la ciudad de Manta?**

1 a 2 días () 3 a 4 días () más de 5 días ()

4. **¿Cuál es su ocupación que desempeña?**

Estudiante () Trabajador () Profesionista () Estudia y trabaja ()

5. **¿Cuál es su ingreso mensual?**

Menos de 350() de 350 a 450() de 450 a 580() Más de 600()

6. **Durante los tiempos libres.Cuál de estas actividades usualmente haces?**

Viajar a algún lugar en especial ()
Practicar algún deporte ()
Salir a pasear a los centros de entretenimiento y esparción de la ciudad ()
Quedarse en casa ()

7. **¿Te gustaría que hubiera un parque acuático en la ciudad de Manta?**

Sí () No ()

8. **¿Con que frecuencia irías al parque acuático?**

1 vez cada 7 días () 1 vez cada 15 días () 1 vez cada 30 días () solo feriados ()

9. **¿Qué horario prefieres?**

8 am a 6pm () 9 am a 7pm () 10 am a 8 pm ()

10. **¿Qué servicio de comida prefieres?**

Típica () Rápida () Snacks () Light () variedad ()

11. **En los últimos 12 meses ¿has visitado algún parque acuático?**

Sí () No ()

12. **¿Cuánto gastas mensualmente en tu diversión?**

Menos de \$200 () Más de \$200() menos de 450 ()
Más de \$450 () menos de 600 () Más de 600 ()

13. **¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por ingresar al parque?**

Adultos \$10 Entrada y uso de las instalaciones ()

Niños \$7 Entrada y uso de las instalaciones ()

Adultos \$5 Entrada y \$3 por el uso de cada instalación ()

Niños \$ 3 Entrada y \$2 por el uso de cada instalación ()

Elaborado por las autoras

ANEXO 4

ENCUESTA REALIZADA A TURISTAS QUE VISITARON LA PLAYA SANTA MARIANITA
DEL CANTÓN MANTA

ANEXO 5

ENCUESTA REALIZADA A TURISTAS QUE VISITARON LA PLAYA TARQUI DEL
CANTÓN MANTA

ANEXO6

ENCUESTA REALIZADA A TURISTAS QUE VISITARON LA PLAYA EL MURCIÉLAGO
DEL CANTÓN MANTA

ANEXO 7

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRIGIDA AL CLUB CAMPESTRE Y HOTELERO "TIERRA DORADA"



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
"MANUEL FELIX LOPEZ"
CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO
FICHA PARA GUÍA DE OBSERVACIÓN DE CAMPO



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN PARQUE ACUÁTICO EN EL CANTÓN MANTA, PROVINCIA MANABÍ
OBJETIVO ESPECÍFICO: Observar las diferentes instalaciones, espacios, actividades recreativas y servicios que brindan los centros de recreación en la ciudad de Manta.

1. DATOS GENERALES		
Equipo de Observación:	Nombre del establecimiento: Club campestre y hotelero "TIERRA DORADA"	Fecha: 15/03/215
Propietario: Junior Astudillo	Ubicación: KM. III Vía Circunvalación, entre la carretera Manta-Montecristi, y la vía Manta-Rocafuerte	Ficha: No. 05
		Categoría: Centro recreacional
		Tipo:
2. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
Agua:	Potable <input checked="" type="checkbox"/>	Entubada <input type="checkbox"/>
		Tratada <input type="checkbox"/>
		De Pozo <input type="checkbox"/>
Energía eléctrica:	Sistema Interconectado <input checked="" type="checkbox"/>	Generador <input checked="" type="checkbox"/>
Alcantarillado:	Red pública <input checked="" type="checkbox"/>	Pozo ciego <input type="checkbox"/>
		Pozo séptico <input type="checkbox"/>
3. ACTIVIDADES Y JUEGOS RECREATIVOS		
Béisbol. <input checked="" type="checkbox"/>	Baloncesto. <input checked="" type="checkbox"/>	Juegos extremos <input checked="" type="checkbox"/>
Atletismo. <input type="checkbox"/>	Voleibol. <input checked="" type="checkbox"/>	Wild River <input type="checkbox"/>
Ajedrez. <input checked="" type="checkbox"/>	Castillo Acuático <input type="checkbox"/>	Río Lento <input type="checkbox"/>
Fútbol. <input checked="" type="checkbox"/>	Juegos en seco <input type="checkbox"/>	Barril <input type="checkbox"/>
Otros <u>Peinbol-Paintball</u>	<u>Sauna y turco, mesa de billar ping-pong</u>	<u>canchas múltiples, sauna, masaje</u>
	<u>naipe, espacio para juegos infantiles</u>	
4. INSTALACIONES		
Piscinas <input checked="" type="checkbox"/>	Kamikaze <input type="checkbox"/>	Cancha sintética <input checked="" type="checkbox"/>
Tobogán abierto <input checked="" type="checkbox"/>	Torbellino <input type="checkbox"/>	Luminarias <input checked="" type="checkbox"/>
Tobogán cerrado <input checked="" type="checkbox"/>	Aquaracer <input type="checkbox"/>	Cerramiento <input checked="" type="checkbox"/>
Vestuarios con duchas y baños. <input checked="" type="checkbox"/>	Otros: <u>área de descanso</u>	<u>bar</u>
5. SEGURIDAD		
Salvavidas profesionales vigilando las piscinas. <input checked="" type="checkbox"/>		
Primeros auxilios y personal especializado. <input checked="" type="checkbox"/>		
Guardiania <input checked="" type="checkbox"/>		
6. SERVICIOS		
Restaurante comida típica <input checked="" type="checkbox"/>		Cajeros automáticos <input type="checkbox"/>
Restaurante comida rápida <input type="checkbox"/>		Estacionamiento. <input checked="" type="checkbox"/>
Bar <input checked="" type="checkbox"/>		Otros _____
7. CALIDAD DEL SEVICIO		
Standard <input checked="" type="checkbox"/>		Personalizado <input checked="" type="checkbox"/>

ANEXO 8

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRIGIDA AL CENTRO TURÍSTICO "SINAI"



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
"MANUEL FELIX LOPEZ"
CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO
FICHA PARA GUÍA DE OBSERVACIÓN DE CAMPO



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN PARQUE ACUÁTICO EN EL CANTÓN MANTA, PROVINCIA MANABÍ
OBJETIVO ESPECÍFICO: Observar las diferentes instalaciones, espacios, actividades recreativas y servicios que brindan los centros de recreación en la ciudad de Manta.

1. DATOS GENERALES		
Equipo de Observación: Nombre del establecimiento: Complejo turístico y deportivo "SINAI" Propietario: Abg. Manuel Moreira Ubicación: Montecristi sitio la laguna		Fecha: 15/03/215 Ficha: No. 01 Categoría: Centro recreacional Tipo:
2. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
Agua: Potable <input checked="" type="checkbox"/> Entubada <input type="checkbox"/> Tratada <input type="checkbox"/> De Pozo <input type="checkbox"/> Energía eléctrica: Sistema Interconectado <input checked="" type="checkbox"/> Generador <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado: Red pública <input checked="" type="checkbox"/> Pozo ciego <input type="checkbox"/> Pozo séptico <input type="checkbox"/>		
3. ACTIVIDADES Y JUEGOS RECREATIVOS		
Béisbol. <input checked="" type="checkbox"/> Atletismo. <input type="checkbox"/> Ajedrez. <input checked="" type="checkbox"/> Fútbol. <input checked="" type="checkbox"/> Otros <u>Peinbol-Paintball</u>	Baloncesto. <input checked="" type="checkbox"/> Voleibol. <input checked="" type="checkbox"/> Castillo Acuático <input type="checkbox"/> Juegos en seco <input type="checkbox"/>	Juegos extremos <input checked="" type="checkbox"/> Wild River <input type="checkbox"/> Río Lento <input type="checkbox"/> Barril <input type="checkbox"/>
4. INSTALACIONES		
Piscinas <input checked="" type="checkbox"/> Tobogán abierto <input checked="" type="checkbox"/> Tobogán cerrado <input checked="" type="checkbox"/> Vestuarios con duchas y baños. <input checked="" type="checkbox"/>	Kamikaze <input type="checkbox"/> Torbellino <input type="checkbox"/> Aquaracer <input type="checkbox"/> Otros _____	Cancha sintética <input checked="" type="checkbox"/> Luminarias <input checked="" type="checkbox"/> Cerramiento <input checked="" type="checkbox"/>
5. SEGURIDAD		
Salvavidas profesionales vigilando las piscinas. <input checked="" type="checkbox"/> (Épocas de feriado) Primeros auxilios y personal especializado. <input checked="" type="checkbox"/> Guardianía <input checked="" type="checkbox"/>		
6. SERVICIOS		
Restaurante comida típica <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante comida rápida <input type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/>	Cajeros automáticos <input type="checkbox"/> Estacionamiento. <input checked="" type="checkbox"/> Otros _____	
7. CALIDAD DEL SEVICIO		
Standard <input checked="" type="checkbox"/> Personalizado <input checked="" type="checkbox"/>		

ANEXO 9

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRIGIDA AL CENTRO TURÍSTICO "BOULEVARD"



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
"MANUEL FELIX LOPEZ"
CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO
FICHA PARA GUÍA DE OBSERVACIÓN DE CAMPO



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN PARQUE ACUÁTICO EN EL CANTÓN MANTA, PROVINCIA MANABÍ

OBJETIVO ESPECÍFICO: Observar las diferentes instalaciones, espacios, actividades recreativas y servicios que brindan los centros de recreación en la ciudad de Manta.

1. DATOS GENERALES		
Equipo de Observación: Nombre del establecimiento: Complejo turístico y hotelero "BOULEVAR" Propietario: Wilberto Huerta Ubicación: calle 103 y av. Malecón-Tarqui		Fecha: 15/03/215 Ficha: No. 02 Categoría: Centro recreacional Tipo:
2. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
Agua: Potable <input checked="" type="checkbox"/> Entubada <input type="checkbox"/> Tratada <input type="checkbox"/> De Pozo <input type="checkbox"/>		
Energía eléctrica: Sistema Interconectado <input checked="" type="checkbox"/> Generador <input type="checkbox"/>		
Alcantarillado: Red pública <input checked="" type="checkbox"/> Pozo ciego <input type="checkbox"/> Pozo séptico <input type="checkbox"/>		
3. ACTIVIDADES Y JUEGOS RECREATIVOS		
Béisbol. <input type="checkbox"/> Atletismo. <input type="checkbox"/> Ajedrez. <input type="checkbox"/> Fútbol. <input checked="" type="checkbox"/> Otros: _____	Baloncesto. <input checked="" type="checkbox"/> Voleibol. <input checked="" type="checkbox"/> Castillo Acuático <input type="checkbox"/> Juegos en seco <input type="checkbox"/> _____	Juegos extremos <input type="checkbox"/> Wild River <input type="checkbox"/> Río Lento <input type="checkbox"/> Barril <input type="checkbox"/> _____
4. INSTALACIONES		
Piscinas <input checked="" type="checkbox"/> Tobogán abierto <input checked="" type="checkbox"/> Tobogán cerrado <input checked="" type="checkbox"/> Vestuarios con duchas y baños. <input checked="" type="checkbox"/>	Kamikaze <input type="checkbox"/> Torbellino <input type="checkbox"/> Aquaracer <input type="checkbox"/> Otros _____	Cancha sintética <input type="checkbox"/> Luminarias <input checked="" type="checkbox"/> Cerramiento <input checked="" type="checkbox"/> _____
5. SEGURIDAD		
Salvavidas profesionales vigilando las piscinas. <input checked="" type="checkbox"/> Primeros auxilios y personal especializado. <input type="checkbox"/> Guardianía <input checked="" type="checkbox"/>		
6. SERVICIOS		
Restaurante comida típica <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante comida rápida <input type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/>		Cajeros automáticos <input type="checkbox"/> Estacionamiento. <input checked="" type="checkbox"/> Otro: <u>hospedaje</u> _____
7. CALIDAD DEL SEVICIO		
Standard <input checked="" type="checkbox"/> Personalizado <input type="checkbox"/>		

ANEXO 10

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRIGIDA AL CENTRO TURÍSTICO "BARBASQUILLO"



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
"MANUEL FELIX LOPEZ"
CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO
FICHA PARA GUÍA DE OBSERVACIÓN DE CAMPO



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN PARQUE ACUÁTICO EN EL CANTÓN MANTA, PROVINCIA MANABÍ.
OBJETIVO ESPECÍFICO: Observar las diferentes instalaciones, espacios, actividades recreativas y servicios que brindan los centros de recreación en la ciudad de Manta.

1. DATOS GENERALES		
Equipo de Observación: Centro turístico hotelero "BARBASQUILLO"	Fecha: 15/03/215	
Propietario: Wilberto Huerta	Ficha: No. 04	
Ubicación: vía a barbasquillo	Categoría: Centro recreacional	
Tipo:		
2. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
Agua:		
Potable <input checked="" type="checkbox"/>	Entubada <input type="checkbox"/>	Tratada <input type="checkbox"/>
		De Pozo <input type="checkbox"/>
Energía eléctrica:		
Sistema Interconectado <input checked="" type="checkbox"/>	Generador <input type="checkbox"/>	
Alcantarillado:		
Red pública <input checked="" type="checkbox"/>	Pozo ciego <input type="checkbox"/>	Pozo séptico <input type="checkbox"/>
3. ACTIVIDADES Y JUEGOS RECREATIVOS		
Béisbol. <input checked="" type="checkbox"/>	Baloncesto. <input checked="" type="checkbox"/>	Juegos extremos <input checked="" type="checkbox"/>
Atletismo. <input type="checkbox"/>	Voleibol. <input checked="" type="checkbox"/>	Wild River <input type="checkbox"/>
Ajedrez. <input checked="" type="checkbox"/>	Castillo Acuático <input type="checkbox"/>	Río Lento <input type="checkbox"/>
Fútbol. <input checked="" type="checkbox"/>	Juegos en seco <input type="checkbox"/>	Barril <input type="checkbox"/>
Otros: <u>Futbolines, Peinbol-Paintball</u>	<u>paseo a caballo, camping, gimnasio</u>	<u>Discoteca, karaoke, bar, sauna</u>
4. INSTALACIONES		
Piscinas <input checked="" type="checkbox"/>	Kamikaze <input type="checkbox"/>	Cancha sintética <input type="checkbox"/>
Tobogán abierto <input checked="" type="checkbox"/>	Torbellino <input type="checkbox"/>	Luminarias <input checked="" type="checkbox"/>
Tobogán cerrado <input checked="" type="checkbox"/>	Aquaracer <input type="checkbox"/>	Cerramiento <input checked="" type="checkbox"/>
Vestuarios con duchas y baños. <input checked="" type="checkbox"/>	Otros: <u>Parque de niños</u>	<u>Salón auditorio para eventos y taller</u>
5. SEGURIDAD		
Salvavidas profesionales vigilando las piscinas. <input type="checkbox"/>		
Primeros auxilios y personal especializado. <input type="checkbox"/>		
Guardiania <input checked="" type="checkbox"/>		
6. SERVICIOS		
Restaurante comida típica <input checked="" type="checkbox"/>	Cajeros automáticos <input type="checkbox"/>	
Restaurante comida rápida <input type="checkbox"/>	Estacionamiento. <input checked="" type="checkbox"/>	
Bar <input checked="" type="checkbox"/>	Otros <u>platos a la carta, servicios de taxis, wifi</u>	
7. CALIDAD DEL SEVICIO		
Standard <input checked="" type="checkbox"/>	Personalizado <input checked="" type="checkbox"/>	

ANEXO 11

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRIGIDA AL CENTRO TURÍSTICO "MI CASA"



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
"MANUEL FELIX LOPEZ"
CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO
FICHA PARA GUÍA DE OBSERVACIÓN DE CAMPO



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN PARQUE ACUÁTICO EN EL CANTÓN MANTA, PROVINCIA MANABÍ.

OBJETIVO ESPECÍFICO: Observar las diferentes instalaciones, espacios, actividades recreativas y servicios que brindan los centros de recreación en la ciudad de Manta.

1. DATOS GENERALES		
Equipo de Observación:	Fecha: 15/03/215	
Nombre del establecimiento: Complejo turístico "MI CASA"	Ficha: No. 03	
Propietario: Sr. Patricia Loor Cevallos	Categoría: Centro recreacional	
Ubicación: XXXXXXXX	Tipo:	
2. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
Agua:		
Potable <input checked="" type="checkbox"/>	Entubada <input type="checkbox"/>	Tratada <input type="checkbox"/>
		De Pozo <input type="checkbox"/>
Energía eléctrica:		
Sistema Interconectado <input checked="" type="checkbox"/>	Generador <input checked="" type="checkbox"/>	
Alcantarillado:		
Red pública <input checked="" type="checkbox"/>	Pozo ciego <input type="checkbox"/>	Pozo séptico <input type="checkbox"/>
3. ACTIVIDADES Y JUEGOS RECREATIVOS		
Béisbol. <input type="checkbox"/>	Baloncesto. <input checked="" type="checkbox"/>	Juegos extremos <input type="checkbox"/>
Atletismo. <input type="checkbox"/>	Voleibol. <input checked="" type="checkbox"/>	Wild River <input type="checkbox"/>
Ajedrez. <input type="checkbox"/>	Castillo Acuático <input type="checkbox"/>	Río Lento <input type="checkbox"/>
Fútbol. <input checked="" type="checkbox"/>	Juegos en seco <input type="checkbox"/>	Barril <input type="checkbox"/>
Otros: _____	_____	_____
4. INSTALACIONES		
Piscinas <input checked="" type="checkbox"/>	Kamikaze <input type="checkbox"/>	Cancha sintética <input checked="" type="checkbox"/>
Tobogán abierto <input checked="" type="checkbox"/>	Torbellino <input type="checkbox"/>	Luminarias <input checked="" type="checkbox"/>
Tobogán cerrado <input checked="" type="checkbox"/>	Aquaracer <input type="checkbox"/>	Cerramiento <input checked="" type="checkbox"/>
Vestuarios con duchas y baños. <input checked="" type="checkbox"/>	Otros: _____	_____
5. SEGURIDAD		
Salvavidas profesionales vigilando las piscinas. <input type="checkbox"/>		
Primeros auxilios y personal especializado. <input type="checkbox"/>		
Guardianía <input checked="" type="checkbox"/>		
6. SERVICIOS		
Restaurante comida típica <input checked="" type="checkbox"/>	Cajeros automáticos <input type="checkbox"/>	
Restaurante comida rápida <input checked="" type="checkbox"/>	Estacionamiento. <input checked="" type="checkbox"/>	
Bar <input checked="" type="checkbox"/>	Otros: <u>Platos a la carta, discoteca, karaoke, hospedaje</u>	
7. CALIDAD DEL SEVICIO		
Standard <input checked="" type="checkbox"/>	Personaliza <input checked="" type="checkbox"/>	

ANEXO 12

LLENANDO LA FICHA DE OBSERVACIÓN CON INDICACIONES DEL ADMINISTRADOR
DEL CENTRO TURÍSTICO "SINAÍ"

ANEXO 13

PICSINA CON TOBOGAN PARA NIÑOS DEL COMPLEJO TURÍSTICO Y DEPORTIVO
"SINAÍ"

ANEXO 14

ENTRADA PRINCIPAL DEL DEL COMPLEJO Y HOTELERO "BOULEVAR"



ANEXO 15

PISCINA CON TOBOGÁN DEL COMPLEJO Y HOTELERO "BOULEVAR"



ANEXO 16

ÁREA DE RESTAURACIÓN DEL COMPLEJO Y HOTELERO "BOULEVARD"



ANEXO 17

ÁREA DE RECREACIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO “MI CASA”



ANEXO 18

ÁREA DE COMIDA RÁPIDA DEL COMPLEJO TURÍSTICO "MI CASA"



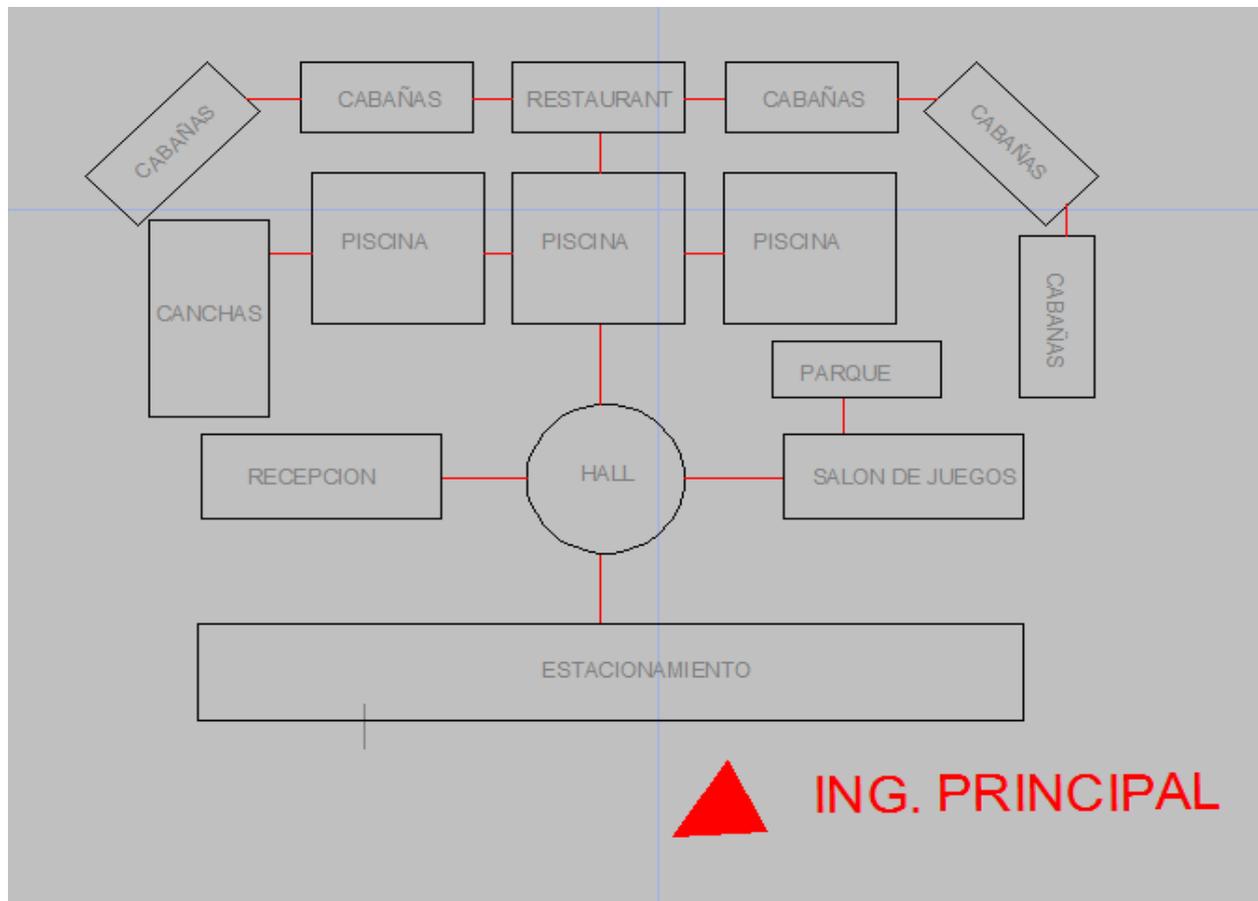
ANEXO 19

ÁREA DE HOSPEDAJE DEL CENTRO TURÍSTICO HOTELERO "BARBASQUILLO"



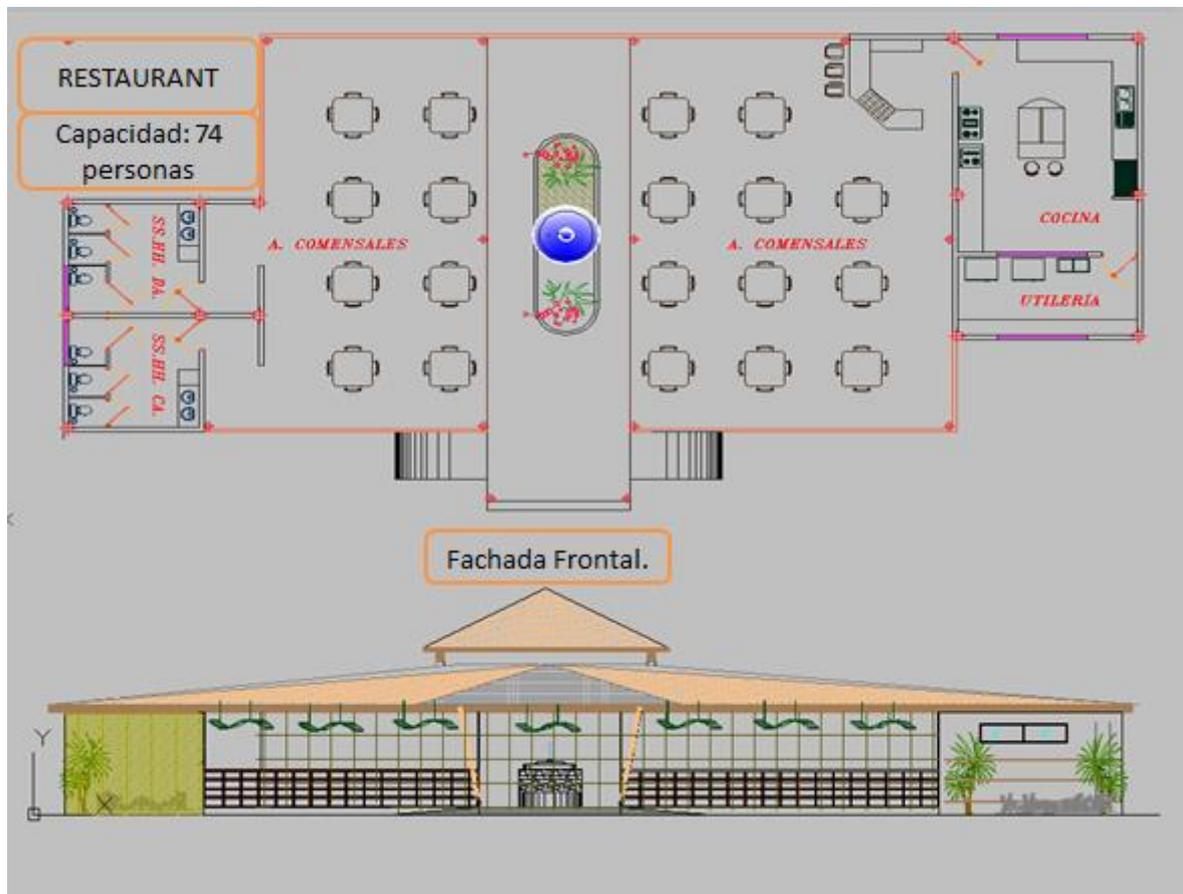
ANEXO 20

DIAGRAMA FUNCIONAL DEL PARQUE ACUÁTICO



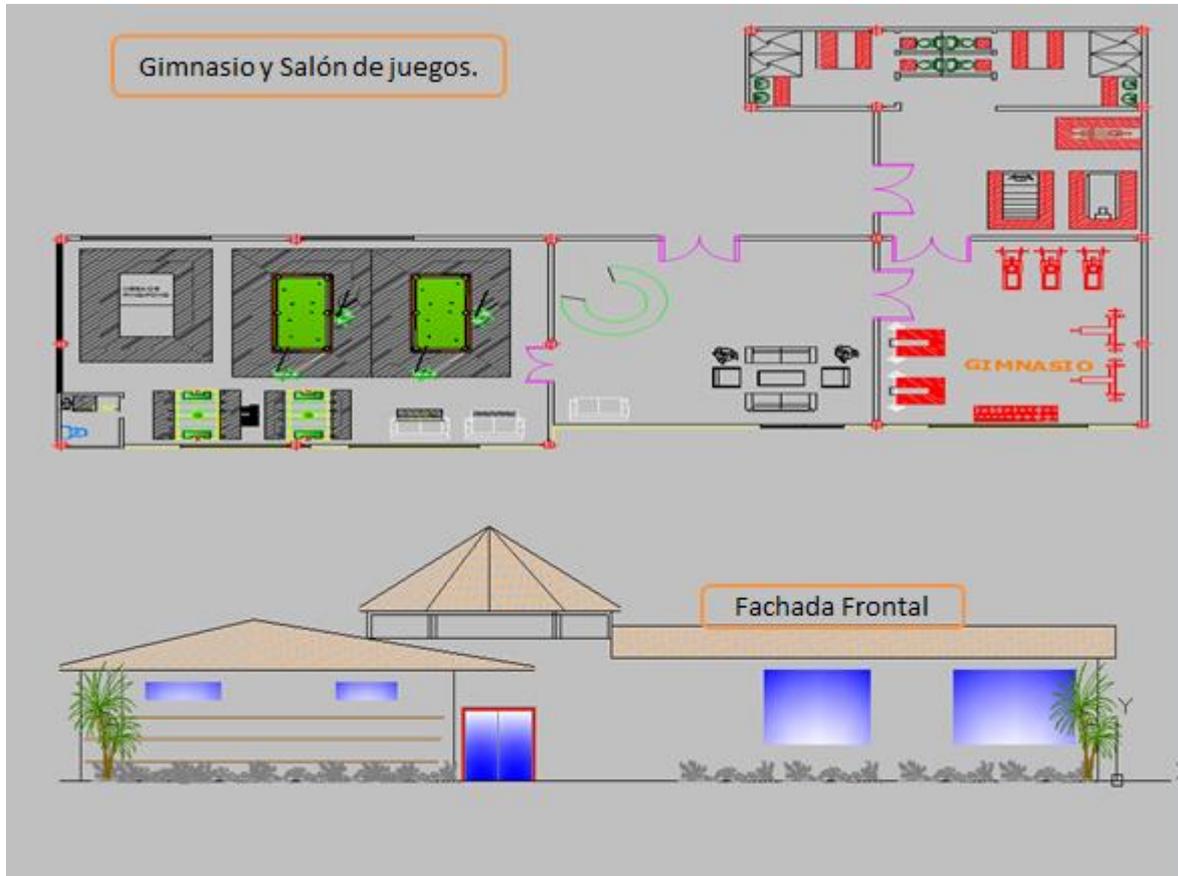
ANEXO 21

PLANTA ARQUITECTÓNICA DEL ÁREA DE RESTAURACIÓN DEL PARQUE ACUÁTICO



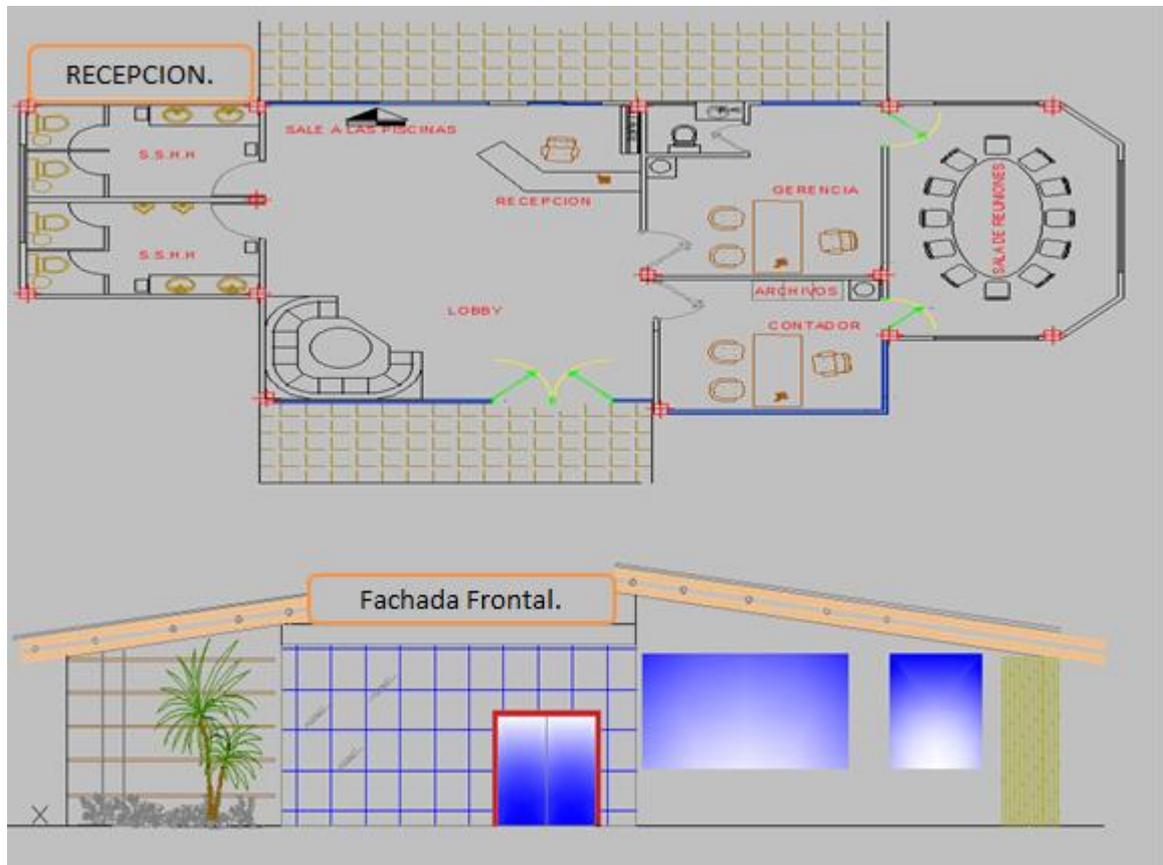
ANEXO 22

PLANTA ARQUITECTÓNICA DEL GIMNASIO Y SALÓN DE JUEGOS DEL PARQUE ACUÁTICO



ANEXO 23

PLANTA ARQUITECTÓNICA DEL ÁREA DE RECEPCIÓN DEL PARQUE ACUÁTICO



ANEXO 24

PLANTA ARQUITECTÓNICA DE LAS CABAÑAS TRIPLE Y FAMILIAR DEL PARQUE ACUÁTICO

