



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**PROYECTO DE TITULACIÓN FINAL**

Previa a la obtención del grado de

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

“PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CIRCUITO DE  
ACTIVIDADES DE TURISMO EXTREMO EN EL SENDERO DEL ÁREA  
NACIONAL DE RECREACIÓN LOS SAMANES”

**Elaborado por:**

JESSICA MABEL ZAMBRANO CELI

**Director del Proyecto de Titulación:**

ING. SAID DIEZ FARHAD, MBA

Guayaquil, diciembre de 2012

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios y a la Mater por darme las fuerzas y educación para seguir adelante y nunca dejarme vencer.

Agradezco a familia, por su esfuerzo y amor que me han brindado durante todos estos años y por enseñarme a seguir adelante en cualquier momento.

Agradezco a Karina Bajaña, Andrea Vintimilla y Hugo Moncayo, por siempre estar a mi lado brindándome apoyo en todo momento.

Agradezco, de manera muy especial, al profesor Said Diez Farhat, quien a pesar de todo, siempre me tuvo confianza me demostró su apoyo. Gracias a mis amigos que me apoyaron en este arduo trabajo.

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a Dios y a la Mater, por darme las fuerzas y educarme cada día para poder llegar a culminar satisfactoriamente mi proyecto.

A mis padres Ing. Marcos Zambrano y Jenny Celi, mis hermanas Jenny, Lissety y Stefanie, mis sobrinos Analía e Ignacio.

A mi mejor amiga Karina Bajaña y a mi madrina Andrea Vinitmilla.

A mi novio Hugo Moncayo.

A mis amigas y amigos.



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

### CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el estudiante ZAMBRANO CELI JESSICA MABEL como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**.

Guayaquil, diciembre del año 2012

#### DIRECTOR DE TESIS

Said Diez Farhat

Ing. Said Diez Farhat, MBA

#### REVISOR DE CONTENIDO:

Shirley Segura Ronquillo

Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs

#### REVISOR METODOLÓGICO:

María Belén Salazar Raymond

Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA

#### DIRECTORA DE LA CARRERA

María Belén Salazar Raymond

Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

**JESSICA MABEL ZAMBRANO CELI**

### DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado "PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CIRCUITO DE ACTIVIDADES DE TURISMO EXTREMO EN EL SENDERO DEL ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN LOS SAMANES", ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, diciembre del año 2012

EL O LA AUTOR(A)

---

JESSICA MABEL ZAMBRANO CELI



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

## AUTORIZACIÓN

**JESSICA MABEL ZAMBRANO CELI**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto de titulación: "PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CIRCUITO DE ACTIVIDADES DE TURISMO EXTREMO EN EL SENDERO DEL ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN LOS SAMANES", cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, diciembre del año 2012

EL O LA AUTOR(A)

---

JESSICA MABEL ZAMBRANO CELI

## Tabla de contenido

1	CAPÍTULO I - INTRODUCCIÓN.....	14
1.1	INTRODUCCION.....	14
1.2	PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO.....	16
1.3	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
1.4	JUSTIFICACIÓN.....	18
1.5	OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	19
1.5.1	Objetivo General.....	19
1.5.2	Objetivos específicos.....	19
1.6	MARCO TEÓRICO.....	20
1.7	METODOLOGÍA.....	24
2	CAPÍTULO II – LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN.....	25
2.1	Razón Social - Nombre Comercial.....	25
2.2	Nombre, Logo, Slogan.....	25
2.3	Misión.....	26
2.4	Visión.....	26
2.5	Productos y Servicios a ofrecer.....	26
2.6	Estructura Organizacional.....	27
3	CAPÍTULO III – ANÁLISIS DEL ENTORNO: MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	28
3.1	Análisis de la Industria.....	28
3.2	Análisis de los clientes.....	28
3.3	Análisis PEST.....	29
3.4	Análisis de Porter.....	33
4	Capítulo IV – PLAN DE MARKETING.....	35
4.1	Análisis Situacional.....	35
4.1.1	Análisis del Mercado.....	35
4.1.2	Análisis FODA.....	35
4.1.3	Análisis de la Competencia.....	36
4.1.4	Productos y Servicios.....	37
4.2	Estrategias de Marketing.....	38
4.2.1	Objetivos de Marketing.....	38
4.2.2	Segmentación.....	38
4.2.3	Mercado Meta.....	39

4.2.4	Posicionamiento.....	39
4.2.5	Estrategias del Marketing Mix.....	39
4.3	Investigación de Mercado .....	42
4.3.1	Detalles de la Investigación.....	42
4.3.2	Cálculo de la Muestra.....	43
4.3.3	Formato de la Encuesta .....	45
4.3.4	Presentación y Análisis de los resultados de la Encuesta .....	46
5	Capítulo V – PLAN OPERATIVO .....	54
5.1	Distribución Física del Espacio a Utilizar.....	54
5.2	Días de Funcionamiento .....	54
5.3	Horario de Funcionamiento.....	54
5.4	Infraestructura .....	56
5.5	Proceso de Entrega del Servicio .....	61
5.6	Política de Calidad.....	62
5.7	Proceso de Control de Calidad .....	62
5.8	Plan de Contingencia .....	62
5.8.1	Plan de contingencia contra incendios .....	63
5.8.2	Plan de contingencia contra desastres naturales .....	64
6	Capítulo VI – ESTUDIO FINANCIERO .....	66
6.1	Inversión Requerida y Detalle de Utilización de la Inversión.....	66
6.2	Balance Inicial.....	68
6.3	Depreciaciones y amortización.....	69
6.4	Sueldos.....	70
6.5	Ingresos Mensuales.....	71
6.6	Ingresos Anuales .....	72
6.7	Presupuesto de Gastos Generales Mensual .....	73
6.8	Presupuesto de Gastos Generales Anual .....	74
6.9	PRESUPUESTO DE OPERACIONES MENSUAL.....	75
6.10	Presupuesto de Operaciones Anual .....	76
6.11	Fuentes de Financiamiento.....	76
6.11.1	Amortización de Préstamo Mensual .....	77
6.12	Estados Financieros Proyectados.....	79
6.12.1	Estado de Resultados.....	79
6.12.2	Balance General.....	80

6.12.3	Flujo de Caja.....	81
6.13	Evaluación Financiera.....	82
6.13.1	VAN.....	82
6.13.2	TIR.....	82
6.13.3	B/C.....	82
6.13.4	Período de Recuperación.....	82
6.14	Ratios Financieros.....	83
6.14.1	Margen Bruto.....	83
6.14.2	Margen Neto.....	83
6.14.3	ROA.....	83
6.14.4	ROE.....	83
7	Conclusiones.....	84
8	Recomendaciones.....	84
9	Bibliografía.....	85
10	Anexos.....	80
10.1	ANEXO 1 - Tabulaciones.....	80
10.2	ANEXO 2 – Encuestas.....	85

## Índice de Tablas

Tabla 1 Tasas de Interés .....	30
Tabla 2 Inversión Inicial .....	67
Tabla 3 Descripción de la Inversión Inicial.....	68
Tabla 4 Balance Inicial.....	68
Tabla 5 Depreciaciones .....	69
Tabla 6 Amortizaciones .....	69
Tabla 7 Sueldos Año 1 .....	70
Tabla 8 Sueldos Año 2 en adelante.....	71
Tabla 9 Ingresos Mensuales .....	71
Tabla 10 Ingresos Anuales .....	72
Tabla 11 Gastos Generales Mensuales.....	73
Tabla 12 Gastos Generales Anuales.....	74
Tabla 13 Costos de Operación Mensual.....	75
Tabla 14 Costos de Operación Anual.....	76
Tabla 15 Fuentes de Financiamiento .....	76
Tabla 16 Préstamo Mensual .....	77
Tabla 17 Estado de Resultados .....	79
Tabla 18 Balance General .....	80
Table 19 Flujo de Caja .....	81
Table 20 Margen Bruto .....	83
Table 21 Margen Neto .....	83
Table 22 ROA.....	83
Table 23 ROE.....	83

## Índice de Gráficos

Gráfico 1 Ciclo de Vida .....	22
Gráfico 2 Tasa de Desempleo.....	30
Gráfico 3 Tasa de Crecimiento .....	31
Gráfico 4 Distribución por Edades .....	31
Gráfico 5 Telefonía Celular.....	32
Gráfico 6 Servidores de Internet.....	32
Gráfico 7 Usuarios de Internet.....	33
Gráfico 8 Análisis de Personas por Edades.....	46
Gráfico 9 Análisis de Personas por Sexo .....	47
Gráfico 10 Análisis de Personas que han realizado Deportes Extremos .....	48
Gráfico 11 Análisis de Lugares .....	49
Gráfico 12 Análisis de Frecuencia.....	50
Gráfico 13 Análisis de Deportes Extremos .....	51
Gráfico 14 Análisis para Implementar Deportes Extremos.....	52
Gráfico 15 Análisis de Precios .....	53

## **Resumen Ejecutivo**

GameX, es una propuesta de negocio innovadora para el mercado de la ciudad de Guayaquil, que está planificado para convertirse en la mejor y primera empresa que ofrece tres productos divertidos, de entretenimiento y de riesgo que elevará la adrenalina de sus clientes.

Sus infraestructuras estarán construidas bajo los estándares de calidad y serán guiadas por profesionales que le garantizarán al cliente un servicio de alto nivel y la seguridad, por medio de la excelente atención al cliente y la manera en la cual le brindará la guía personalizada.

En el presente proyecto se han realizado todos los estudios y análisis necesarios para saber y conocer si los clientes indistintos del tipo de sexo y dentro de un rango entre 18 y 45 años, han realizado actividades de este tipo; cuáles, en qué lugares y cada cuanto tiempo las han realizado; además, conocer si les gustaría implementar actividades relacionadas a los deportes extremos en el Área de Recreación los Samanes y el precio por el cual estarían dispuestos a pagar.

Luego se analizó un estudio de factibilidad la propuesta de negocio en el cual se consideró viable y rentable para su ejecución.

### **Palabras claves:**

Entretenimiento, seguridad, análisis, implementar, deportes extremos, Área de Recreación Los Samanes

## **Abstract**

Gamex, is an innovative business proposal of marketing in Guayaquil city, which is planned to become the first and best company which offer three funny, entertainment and risky products that elevate adrenaline in their customers.

Its infrastructure will be built to the quality standards and will be guided by professionals who will guarantee the customer a high level of service and security, through excellent customer service and with a personalized guide.

In this project we have done all the research and analysis necessary to know and understand if customers indistinct sex rate within a range between 18 and 45 years, have made such activities, which, in what places and each how long they have been made, also, to know if they would like to implement activities related to extreme sports in the Área de Recreación Los Samanes and the price for which they would pay.

Then analyzed a feasibility study on the business proposal which was considered viable

### **Keywords:**

Entertainment, security, analysis, implement, extreme sports, Área de Recreación Los Samanes.

# 1 CAPÍTULO I - INTRODUCCIÓN

## 1.1 INTRODUCCION

Ecuador es el octavo país más grande de América del Sur y cuenta con una geografía muy diversa, dividida en cuatro regiones geográficas: Los Andes (Sierra), la Amazonía (Oriente), la Costa, y las Islas Galápagos (Ministerio de Turismo, 2011).

Guayas que es una de las provincias más pobladas que se encuentra en la región Costa y es uno de los puntos principales de entrada al país, tiene una de las más importantes ciudades como Guayaquil, la cual ofrece varios tipos de servicios hacia las principales ciudades y poblaciones del Ecuador (Ministerio de Turismo, 2011).

Guayaquil, se caracteriza mucho por su antigüedad y su historia, ya que desde aquí se expande el crecimiento de la ciudad. Tras haber sufrido varios desastres lo importante y llamativo como destino de visita turística es que mantiene las características formales y estructurales del siglo XVIII y XIX, precisamente en esto radica su belleza y valor patrimonial, además que cada casa tiene su propia historia debido a que en Guayaquil vivieron personajes ilustres de la política y la cultura del país. La ciudad combina muchos atractivos urbanos y arquitectónicos, pero gracias a su posición geográfica y características climáticas, sus áreas naturales permiten a los amantes del ecoturismo disfrutar de interesantes visitas a la naturaleza (Sitio oficial del Turismo, s.f.).

En los últimos años el sector turístico ha ido produciendo constantes cambios que han creado la aparición de nuevos productos turísticos que complementan a los tradicionales destinos turísticos de sol y playa o de interior. Es por esto que las actividades deportivas pueden convertirse en un atractivo más en lugares donde no exista la capacidad de acoger la práctica de deportes. Peñalver (2004), también nos indica que el turismo activo puede manifestarse de dos diferentes formas; una de ellas es cuando la persona que se desplaza a otro lugar, accede a la práctica de alguna actividad deportiva por iniciativa propia y sin la necesidad de que esta actividad programada como por ejemplo: el senderismo, ascensiones a cumbres, ciclismo, etc., por otro lado tenemos las actividades que son realizadas por empresas especializadas en la programación, el diseño y conducción de este tipo de deportes.

Dentro de esta ciudad muy rica y diversa en cultura, se están realizando una serie de actividades que la están ayudando a crecer en todos los aspectos posibles, especialmente en el ámbito turístico, tras tener una serie de lugares que visitar en donde se pueda interactuar con la naturaleza como Cerro Blanco, Club del Valle, Jardín Botánico, Manglares, Garza Roja, etc., el Ministerio del Ambiente continúa con el incremento de lugares ecológicamente atractivos como “El Área Nacional Recreativa Los Samanes”.

El Área Nacional Recreativa Los Samanes, o Parque Samanes, es un proyecto que cuenta con un área verde de 379.79 hectáreas, el cual consiste en la restauración del ecosistema y los bosques de la zona. Además, ofrecerá una integración armónica entre los visitantes y la naturaleza, en un espacio fresco y familiar que dará salud, movimiento, recreación, deportes y dispondrá de amplios espacios para actividades artísticas y culturales en donde se podrán realizar exposiciones, teatro callejero, conciertos, espectáculos y grandes eventos. Esta área también se destaca por ser rica en cuanto a su avifauna, registrando más de 48 especies debido a la variedad de hábitats que representa. La zona tiene características de bosque seco deciduo. El bosque seco alto está solamente representado por 6 árboles de Ceiba pentandra (ceibo). Y además se han identificado 30 especies de plantas: 17 árboles, 9 arbustos y 4 trepadoras (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2011).

## 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

La sociedad contemporánea se encuentra altamente llena de tecnología, se depende en gran medida de los beneficios que trae la ingeniería electrónica como los teléfonos celulares, las imágenes de la televisión, los videojuegos, etc. Sería una locura que se pretenda deshacer de tales ventajas cuando resultan importantes para el desarrollo personal y cultural. Pero las últimas generaciones no toman en cuenta que no toda tecnología es buena, no se dan cuenta que por estos avances tecnológicos se están creando situaciones morales que antes no eran ni siquiera imaginables (Valverde Brenes, 1997).

Estos continuos cambios y mejoras tecnológicas hacen que todas aquellas situaciones naturales, actividades que antes se realizaban física y emocionalmente, ahora son realizadas por medio de computadoras como por ejemplo, los videojuegos de hoy en día son tan reales que uno no tiene la necesidad de salir de su casa para realizar una serie de ejercicios, o quizás practicar algún deporte, todo este tipo de actividades se realizan frente a un televisor.

La tecnología ha hecho que cada miembro familiar interactúe menos y pase cada vez más tiempo en sus habitaciones, experimentando una gran asilamiento de la vida familiar (Mafla Montoya, 2008). Además de no tener una interacción con sus familiares y amigos, la tecnología también está provocando un desgaste mental, dejando que la imaginación se llene de violencia, pudiendo desgastar su estado físico realizando algún tipo de deporte el cual está ayudando a mejorar su salud.

En la ciudad de Guayaquil, se encuentran varios lugares que visitar en donde se puede interactuar con la naturaleza, aprender sobre la cultura, y biodiversidad de la ciudad, pero estos lugares se vuelven tan repetitivos, en donde las exposiciones se repiten día a día, que a los jóvenes se les desaparece el interés de aprender más sobre su propia ciudad, buscando ciudades alternativas, donde despejar su mente como la playa, u otras ciudades donde puedan realizar cierto tipo de actividades de aventura que en Guayaquil no se pueden ejecutar como camping, cannopy, montañismo, canyoning, etc. Que por sus largas horas de viajes los padres se niegan a llevarlos o acompañarlos o les dificultan el permiso de realizar los viajes con sus amigos por su alto riesgo de que sufran algún accidente.

### **1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Debido a estos cambios tecnológicos, al aislamiento familiar, y a que se desea que el turismo local no se esparza hacia otras ciudades es que se ha planteado la siguiente pregunta:

**¿Como la implementación de actividades de turismo extremo en el área nacional de recreación de Los Samanes incrementaría la captación de turistas locales en Guayaquil?**

## 1.4 JUSTIFICACIÓN

Después de analizar los posibles problemas que se plantean anteriormente el motivo que conlleva a investigar sobre este tema es que en la ciudad de Guayaquil se incrementa un lugar con una infraestructura apta para la realización de actividades extremas, que sea un lugar de interés para que los jóvenes se comprometan en visitar el área de recreación con sus familiares, logrando interactuar en una vida familiar y con la sociedad, dejando a un lado el vicio de la tecnología como los videojuegos, celulares, televisión, etc.

Conociendo que la ciudad de Guayaquil, es uno de los principales destinos turísticos que tiene el Ecuador, el desarrollo de este proyecto tesis ayudará a la implementación de un circuito de actividades en el sendero del Área Nacional Recreacional Los Samanes. De esta manera captará la atención de jóvenes y adultos interesados en realizar deportes extremos en la ciudad.

Al realizar la propuesta para la implementación, se colaborará con el Ministerio de Turismo y el Ministerio del Ambiente, generando una fuente de trabajo especializada en estas actividades y una fuente de ingreso monetario por el uso de materiales e implementos necesarios, además por el uso de infraestructura.

Se incrementará el turismo local, ya que comunidades cercanas a la zona asistirán a las actividades que se realicen en el Parque Los Samanes y en los jóvenes se despertará el espíritu aventurero, la adrenalina que podrán disfrutar y vivirla sanamente ellos mismos.

La implementación de un circuito de actividades extremas estará diseñado dentro del Parque Los Samanes, es decir que los visitantes tendrán seguridad, acceso libre y comodidades dentro del mismo.

## **1.5 OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **1.5.1 Objetivo General**

Desarrollar una propuesta para la implementación de un circuito de actividades turísticas de deportes extremos en el sendero del Área Nacional de Recreación Los Samanes con la finalidad de incrementar un turismo local en la ciudad de Guayaquil.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

- Realizar una investigación de mercado en jóvenes para determinar gustos, preferencias e intereses que tienen al implementar actividades de deportes extremos en la ciudad de Guayaquil.
- Elaborar la propuesta de una empresa que ofrezca actividades de deportes extremos en el Sendero del Parque los Samanes, evaluando y detallando su institución y constitución, productos y servicios, entre otros.
- Desarrollar un estudio financiero para conocer la viabilidad del proyecto y evaluar la factibilidad económica.

## 1.6 MARCO TEÓRICO

La definición dada por la OMT<sup>1</sup> en la Conferencia de Ottawa (1991) sobre el turismo es: “aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por el período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocio y otros motivos”. Es difícil de definir un concepto absoluto debido a que es una actividad compleja que puede diversificarse en varios tipos de turismo e incluye un aporte en otro tipo de actividades como es en el desarrollo cultural y en la economía de un país, entre otros.

Según Flores (2007), luego de haber realizado un análisis de la oferta y la demanda turística uno de los parques naturales en España, comentan y afirman que el turismo ha existido desde siempre, pero uno de los primeros antecedentes que es reconocido oficialmente como “turismo” es cuando la clase alta empieza a movilizarse hacia el sur del continente europeo. Luego el turismo empieza a desarrollarse como fenómeno de masas, dejando de ser exclusivamente para la clase alta y convirtiéndose en uno de los sectores más importantes de la economía mundial.

Con el paso del tiempo se han ido desarrollando nuevos productos y nuevas motivaciones por las que los viajeros buscan alternativas para visitar y conocer lugares distintos a sus residencias, intercambiar culturas, visitar familias y amigos, descansar, negociar y practicar deportes, en este último realizar actividades deportivas utilizando recursos naturales (Peñalver, 2004).

En ensayo redactado por Maduro (s.f.), muestra que existen dos formas de turismo, el turismo internacional o externo y el turismo nacional o interno, en las dos formas de turismo, el turista se traslada de su lugar de residencia por un motivo específico aportando económicamente a un país, la diferencia es que el turismo local, nacional o interno se refiere a que los residentes de ese país específicos son aquellos que se trasladan dentro del mismo país.

El turismo local también lo define Guzmán (s.f.), como los ciudadanos o residentes que parten de la localidad donde habitan hacia otra localidad o destino dentro de la misma ciudad en donde realizan actos de consumo, interactúan con otros ciudadanos o visitantes y regresan a su lugar de residencia habitual.

---

<sup>1</sup> Organización Mundial del Turismo

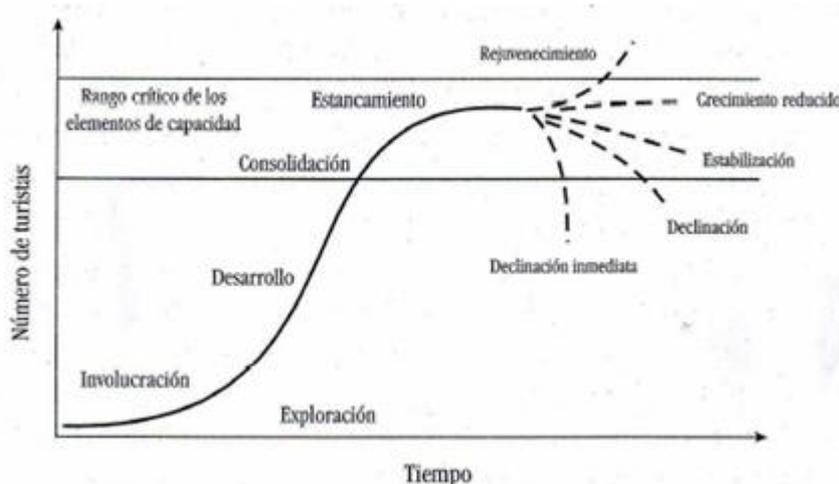
El turismo es una importante fuente de desarrollo es parte de la industria del servicio, es generador de empleos y de crecimiento económico y además se puede vincular con el aspecto ambiental, cultural y social donde se intercambia cultura del sujeto turista y la del sujeto receptor (Guzmán, s.f.).

Pearce (1991), define al desarrollo turístico como el abastecimiento y mejoramiento de instalaciones y servicios capaces de satisfacer las necesidades del turista, creando empleos y generación de ingresos, es decir, que el país receptor que acoge a los turistas disfruten de su estancia y de los recursos los cuales motivaron a realizar el desplazamiento y al realizar los mejoramientos de las infraestructuras genera empleos e ingresos monetarios a los centros de recreación.

En la investigación realizada por Varisco (2008) describe el modelo sobre las fases de la evolución turística, desarrollado por Richard Butler, en el cual muestra en cinco etapas el ciclo de vida de un destino turístico. Las cuales son:

1. Exploración: esta es la primera etapa en la cual el turista empieza a llegar, se produce un bajo impacto, debido a la escasa oferta de equipamiento y el reducido número de turistas.
2. Involucramiento: en esta etapa la comunidad local se empieza a involucrar en las actividades con el turista, ya sea prestando algún tipo de servicio o sus instalaciones, todavía existe un equilibrio entre residentes y turistas.
3. Desarrollo: en esta fase existe un incremento de servicios a prestar por la comunidad, se produce un mayor impacto, se empieza a categorizar por temporada alta y baja, la cantidad de turistas puede superar la cantidad de residentes y por último empieza a haber en el sector una mayor demanda de mano de obra.
4. Consolidación: la cantidad de turistas sigue aumentando pero más lento, el destino convierte al turismo como una de las principales fuentes de ingresos económicos, se empieza a involucrar el marketing para sostener y promocionar la actividad.
5. Estancamiento: es se debe a los elevados impactos ambientales, sociales y económicos, y como consecuencia, el deterioro de la calidad ambiental. Esto se debe al uso exagerado de las instalaciones. Para esta etapa se ha sacado de la conclusión que existen dos opciones: la declinación, que es la pérdida de importancia en relación con otros destinos y; el rejuvenecimiento que es el producto de una intervención planificada.

El gráfico que se muestra a continuación representa el ciclo de vida detallado anteriormente por las cinco fases.



**Gráfico 1 CICLO DE VIDA**

**Fuente: R. Butler (1980)**

La evolución del turismo en un país depende netamente de los resultados que el mismo país receptor desee tener.

El turismo tiene varios tipos de ramas en el cual se puede dividir, uno de ellos es el turismo activo o turismo de aventura el cual forma parte del turismo de naturaleza (Araujo Vila, N., Paul Carril, V., Fraiz Brea, J.A. 2011), siendo el más amplio en el cual se incluye el conocimiento de la naturaleza con la práctica de actividades deportivas de riesgo y actividad física, haciendo uso de los recursos naturales sin degradarlos (Antar-Econtono, 2004).

Guzmán (s.f.), indica que el turismo de naturaleza es aquel en el cual el turista tiene como principal motivación realizar actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y conocimiento de la naturaleza, haciendo uso de actividades deportivas de diferente intensidad física y riesgo que usen el medio natural, garantizando la seguridad del turista, sin degradar o agotar los recurso. Además comenta que en la actualidad el turismo de aventura, el ecoturismo, el turismo deportivo y actividades recreativas o de esparcimiento se fortalece y son más novedosas.

Actualmente, las actividades deportivas hacen que un destino turístico sea más atractivo frente a otro que no tenga capacidad para acoger la práctica de deportes (Peñalver, 2004), por esta razón la oportunidad que se está presentando en la investigación puede ser un

gran aporte para la realización de un proyecto que capte más atención al turismo local en la ciudad de Guayaquil.

El turismo de aventura, en un documento redactado por Arroyo (s.f.), lo define como aquellos viajes que tienen como objetivo realizar actividades deportivas que se asocian a los desafíos que impone la naturaleza, donde se involucra la armonía del medio ambiente y se respeta el patrimonio natural, cultural e histórico de un país.

El turismo activo o de aventura, en el Ecuador, comúnmente son realizados en espacios naturales protegidos, como lo menciona la Revista Gran Tour (2011), estos espacios se han convertido en destinos privilegiados, esto se debe a que son fácilmente visitadas por un gran público, son conocidas por estar incluidas en las guías turísticas, tener información turística, además son un punto de preferencia para las agencias al realizar itinerarios turísticos o al momento de armar sus paquetes.

A pesar de los grandes avances tecnológicos, Granero & Baena (2010) indican que la sociedad actual ha estimulado ese deseo de retornar a la naturaleza, de redescubrir el medio natural, de encontrarse a sí mismo y de disfrutar vivencias nuevas, después de estar saciados de la monotonía de todos los días, de la vida rutinaria y repetitiva, de los ruidos y sustitución de la biodiversidad por infraestructuras de servicios, por esta misma razón los habitantes dirigen su mirada a espacios naturales, que por no ser controlados cada día son más escasos.

Este tipo de actividades normalmente se las realizan en áreas naturales protegidas que son zonas del territorio nacional en donde la nación ejerce su soberanía, jurisdicción y protección, donde los ambientes originales no han sido significativamente alterados por la actividad del ser humano (Arroyo, s.f.).

En el Área Nacional de Recreación Los Samanes, es un parque nacional dentro de la categoría de área protegida que goza de un estatus legal que permite proteger y conservar la riqueza de su flora y fauna.

## 1.7 METODOLOGÍA

En este proyecto se ha escogido para desarrollar dos métodos de investigación:

- Método exploratorio
- Método descriptivo

Para la realización del proyecto es necesario investigar y abastecerse de mucha información referente al tema de turismo, deportes extremos que se realizan en la ciudad de Guayaquil, conocer el campo o el área en el cual se desea implementar el circuito de actividades de deportes extremas, realizar un estudio de mercado mediante entrevistas y encuestas a personas profesionales en deportes extremos, agencias que organicen y brinden el servicio para este tipo de actividades, jóvenes universitarios que se interesen las actividades, empresas que ayuden a desarrollar el proyecto, con el fin de enriquecer y aportar con nuevas ideas para futuros trabajos investigativos; por esta razón se ha elegido el método de investigación exploratorio, además al tener la necesidad de encontrar resultados, analizar las características y perfiles de los consumidores a los cuales les vamos a ofrecer un servicio de entretenimiento, realizar estudios para determinar cuál va a ser el porcentaje de participación de mercado, en este caso el turismo local en la ciudad de Guayaquil, estudiar los costos de la inversión, la publicidad y su distribución, se desarrollará el método de investigación descriptivo.

Un enfoque mixto es el indicado para la investigación, ya que se apoyará de la recopilación de información y conceptos que hagan un proyecto profundo y con alta credibilidad por medio de las muestras que se tomarán.

El muestreo que se tendrá presente es bajo la recopilación de información por medio de encuestas, realizadas a jóvenes universitarios con un edad promedio de 18 años a 30 años, también se realizará encuestas a grupos elegidos al azar de personas y de agencias que brindan el servicio de actividades extremas, y a estos grupos se le solicitará que identifiquen amigos o conocidos que practiquen las actividades.

## 2 CAPÍTULO II – LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

### 2.1 Razón Social - Nombre Comercial

La razón social y el nombre comercial de la empresa es: GAMEX S.A.

Se considerando ser una Sociedad Anónima debido a que la Superintendencia de Compañías establece como requisito que debe estar conformada por dos accionistas o más y aportar mínimo el 25% del capital suscrito, el cual debe ser de \$800.

### 2.2 Nombre, Logo, Slogan

#### *Nombre*

El nombre de la empresa está representado por la palabra GAME que en el vocablo inglés significa juegos y la letra X que en muchas ocasiones se la representa como la palabra extremo. Es decir obteniendo un significado de JUEGOS EXTREMOS.

#### *Logo*

El logo se encuentra representado por el nombre y el slogan. Los colores seleccionados fueron:

- Blanco: que representa que la empresa la brinda paz, transparencia y serenidad. Un lugar donde relajarse.
- Negro: que representa misterio de encontrar aventuras nuevas y protección de los consumidores
- Rojo: representando el riesgo y pasión de la aventura.



## *Slogan*

Se ha considerado un slogan simple solo con dos palabras, “Diversión Extrema”, las cuales son muy fáciles de interpretar.

- Diversión que se define como una actividad que se realiza para pasar el tiempo que gusta o produce placer.
- Extrema se denomina como un punto o grado máximo al cual se puede llegar, una acción radical o que sobrepasa los límites.

## **2.3 Misión**

Proporcionar un servicio especializado de deportes extremos en un ambiente vivencial y natural, asegurando la satisfacción y seguridad de nuestros clientes a través del uso racional del medio ambiente con equipos especializados y personal calificado.

## **2.4 Visión**

Ser la empresa líder en actividades de deportes extremos, convirtiéndose en uno de los principales sitios de visita para los jóvenes de la ciudad de Guayaquil.

## **2.5 Productos y Servicios a ofrecer**

La empresa ofrece 3 productos específicos, los cuales son:

- Canopy

Es un deporte de aventura por el cual es posible deslizarse de un punto a otro usando una polea suspendida por cables montados que mantienen una inclinación, para ser impulsados por gravedad utilizando equipos de seguridad como cascos, arneses y guantes.

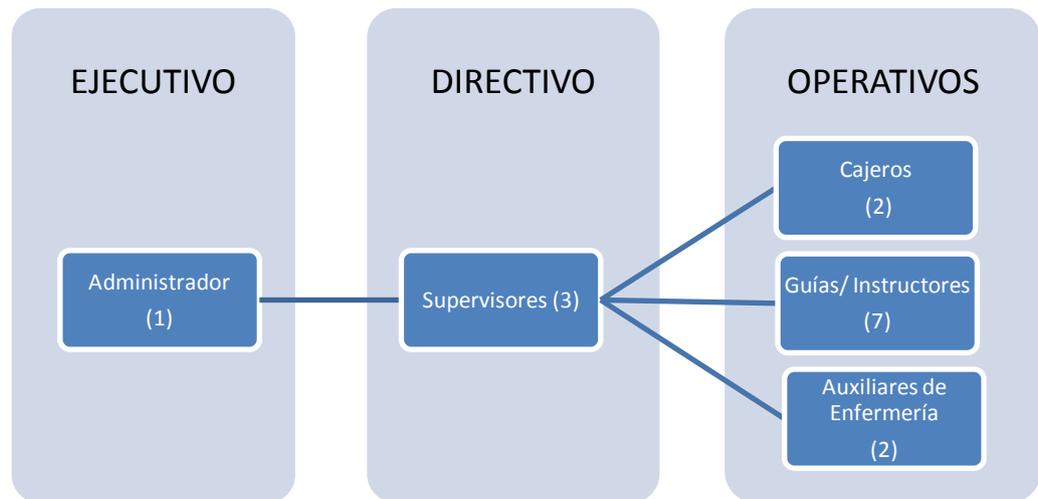
- Cuerdas Altas

Es una actividad o deporte en el cual su entrenamiento es al aire libre y permite integrar y potencializar actividades de los equipos de trabajo. Consiste en una serie de dinámicas que se realizan en estructura a varios metros de altura.

➤ Rocódromo

Es una actividad en la cual se practica la acción de escalar, conforme vaya ascendiendo la infraestructura en forma de roca los nervios irán aumentando.

## 2.6 Estructura Organizacional



### **3 CAPÍTULO III – ANÁLISIS DEL ENTORNO: MACRO Y MICRO AMBIENTE**

#### **3.1 Análisis de la Industria**

Durante los últimos años, el Ecuador ha tenido gran acogida con el número de visitas de los países extranjeros, esto se debe al valor que el último gobierno le ha proporcionado a la promoción turística en el exterior y también entregándole gran importancia a la explotación de la industria del turismo con los atractivos naturales, culturales, patrimonios que posee el país.

El turismo es una de las principales fuentes de ingresos en el Ecuador y en la ciudad de Guayaquil es una de las industrias que está siendo desarrollada con gran afán por medio del Gobierno y del Municipio, realizando nuevos proyectos donde involucran a un país con una mejor infraestructura, mejores carreteras y un país más limpio y ecológico.

El Municipio de Guayaquil, ha mejorado indudablemente la ciudad con su proyecto de “Regeneración Urbana”, generando más fuentes de empleos, más centros de recreación personales y familiares.

El turismo de aventura o deportes extremos se asocian con la imagen del Ecuador, muchos turistas han comentado que al ver algún tipo de publicidad llena de colores y de lugares naturales su primer pensamiento es un lugar natural, sin ciudades. Tiene uno de los mayores porcentajes en comparación con otra forma de turismo, pero la promoción no adecuada del turismo no permite captar más turistas.

#### **3.2 Análisis de los clientes**

Las nuevas generaciones tienen nuevas perspectivas de cómo interactuar ante un mundo tecnológico, dejando a un lado la importancia de lo que significa la familia.

Los padres de la actualidad prefieren o se excusan y se refugian en sus trabajos, poniendo a la familia en un segundo plano, exigiéndoles a los jóvenes cada vez a interactuar menos y enseñándoles a ser de cierta manera responsable en su trabajo y no en sus hogares con sus familias.

Hoy en día, la tecnología es lo que hace de los niños y jóvenes que sean individualistas, que no se relacionen con otras personas y con la naturaleza. Por esta razón se ha considerado encuestar a jóvenes que deseen interactuar con la naturaleza, y además poder

disfrutar un fin de semana con familiares y amigos evitando arriesgarse a recorrer carreteras exponiendo al peligro de sus vidas en algún accidente.

Analizando preferencias de un consumidor interno se reconoce que está compuesto de la siguiente manera: las actividades de diversión ocupa el primer lugar con un 46% en las preferencias en cuanto a la motivación turística; seguido por un 26% con las visitas a áreas protegidas; y con un menor porcentaje del 12% por la práctica de deportes.

### **3.3 Análisis PEST**

#### *Político*

El Ecuador está pasando por una renovación de gobiernos, en el 2013 se realizará las elecciones para elegir un nuevo gobierno, esto afectará y generará cambios en el proyecto, adecuará nuevo personal, lo cual es posible que la obra que se está realizando en el Área Nacional de Recreación los Samanes no se continúe con el mismo interés con el cual se inicio. Se espera que no sea una obra más que se empieza y no se termine de efectuar.

#### *Económico*

En el Ecuador en los últimos años el gobierno ha realizado ciertos cambios, obteniendo pobladores de acuerdo y en desacuerdo. Entre estos cambios uno de los temas más aclamados que ha ocasionado gran controversia en el país es el de la banca privada en el cual la Ley Orgánica de Redistribución del Gasto Social busca “socializar” las ganancias de la banca privada limitando la libertad de gestión directa de sus derechos sobre su producción. Esta restricción destruye cualquier incentivo para la inversión en el sector y podría poner en riesgo a los demás sectores de la economía que dependen de sus servicios, así es como lo indica Paola Ycaza (2012).

Esta nueva ley está generando una gran inestabilidad económica, la banca privada se pone más restrictiva solicitar un préstamo o una tarjeta de crédito no es un trámite fácil, y muchas veces te niegan la posibilidad de tener un crédito. Además, está generando no solo un conflicto externo, internamente se encuentra un personal insatisfecho que no recibe lo que realmente debe incluir en sus ingresos.

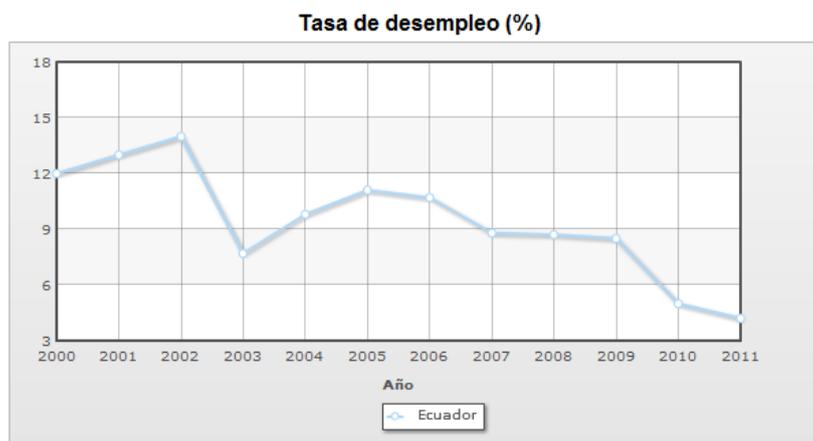
➤ **Tasas de interés**

**Tabla 1 Tasas de Interés**

<b>Tasas de Interés</b>			
<b>NOVIEMBRE 2012 (*)</b>			
<b>1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES</b>			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50
<b>2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO</b>			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.60	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		
<b>3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO</b>			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.11
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.65
Plazo 91-120	4.93	Plazo 361 y más	5.35

➤ **Tasas de desempleo**

Porcentaje de la fuerza de trabajo que se encuentra sin empleo.



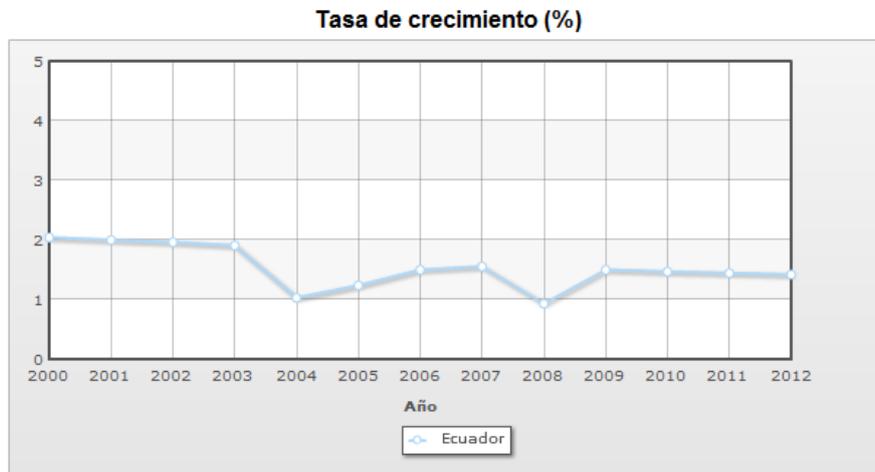
Country	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ecuador	12	13	14	7,7	9,8	11,1	10,7	8,8	8,7	8,5	5	4,2

**Gráfico 2 Tasa de Desempleo**

**Fuente: CIA WORLD FACTBOOK**

*Socio – Cultural*

➤ *Tasa de crecimiento poblacional*



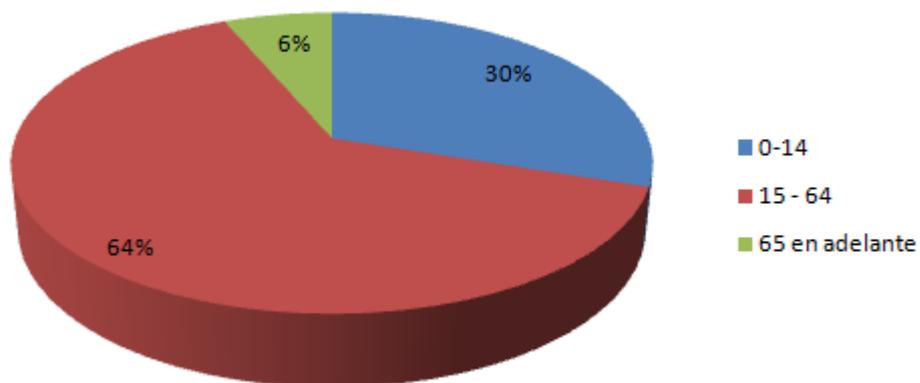
Waiting

Country	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ecuador	2,04	2	1,96	1,91	1,03	1,24	1,5	1,55	0,94	1,5	1,47	1,44	1,42

**Gráfico 3 Tasa de Crecimiento**

**Fuente: CIA WORLD FACTBOOK**

➤ *Distribución por edad*

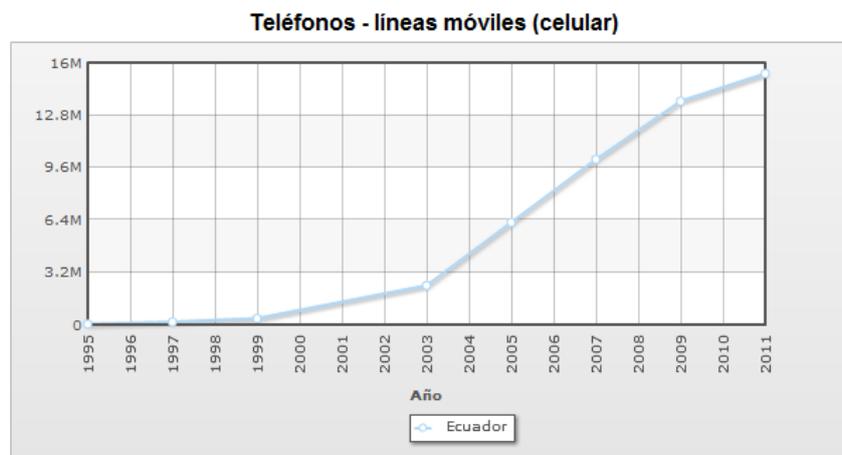


**Gráfico 4 Distribución por Edades**

**Fuente: CIA WORLD FACTBOOK**

## Tecnológico

### ➤ Telefonía celular



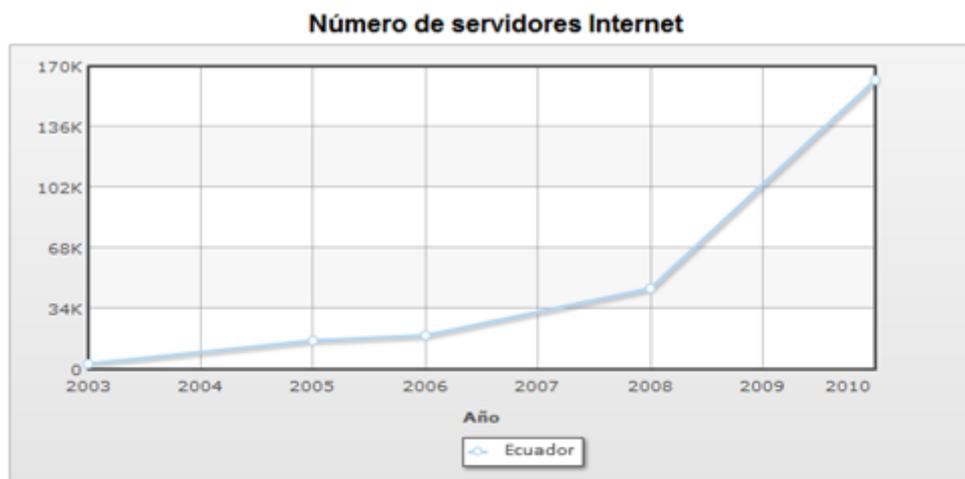
Waiting

Country	1995	1997	1999	2003	2005	2007	2009	2011
Ecuador	49.776	160.061	384.000	2.394.400	6.246.000	10.086.000	13.635.000	15.333.000

Gráfico 5 Telefonía Celular

Fuente: CIA WORLD FACTBOOK

### ➤ Servidores de internet



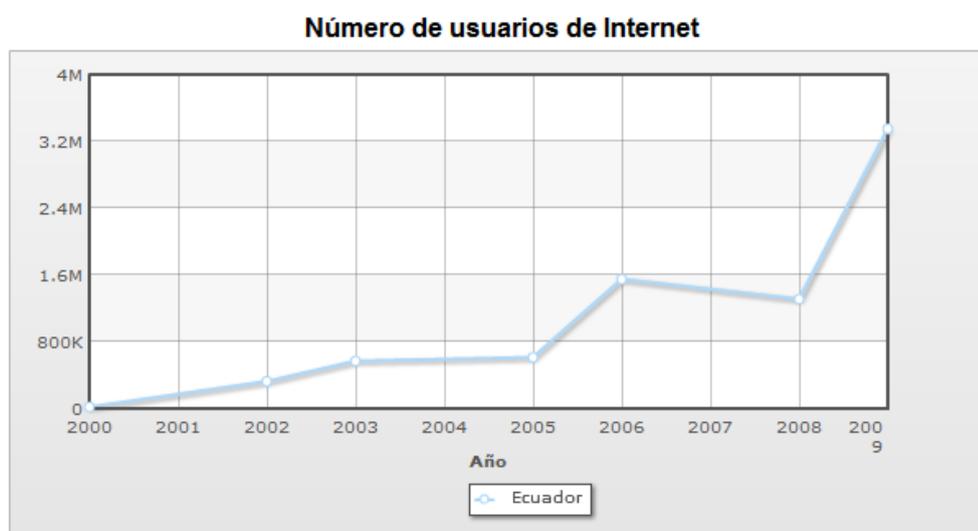
Waiting

Country	2003	2005	2006	2008	2010
Ecuador	3.188	16.217	19.027	45.404	162.281

Gráfico 6 Servidores de Internet

Fuente: CIA WORLD FACTBOOK

➤ **Usuarios de internet**



Waiting

Country	2000	2002	2003	2005	2006	2008	2009
Ecuador	20.000	328.000	569.700	616.000	1.549.000	1.310.000	3.352.000

**Gráfico 7 Usuarios de Internet**

**Fuente: CIA WORLD FACTBOOK**

### 3.4 Análisis de Porter

➤ **Amenazas de nuevos entrantes (competidores)**

El turismo de deportes extremos o de aventura tiene un mercado que no ha sido explotado e inexplorado, este servicio en las distintas ciudades del Ecuador ya poseen un mercado meta específico y se manejan con un paquete limitado, utilizando en su mayoría el desplazamiento de largas distancias con costos elevados debido a que en un solo lugar no se encontrará con la infraestructura necesaria para realizar las actividades.

En el Ecuador existen varios lugares que son una amenaza para el proyecto como Baños de Agua Santa, Mindo, El Tena. Cada uno con una actividad y característica respectiva. Pero una de nuestras principales amenazas es La Ruta de la Aventura, un proyecto que está queriendo salir al mercado del Ministerio de Turismo de la Municipalidad de Guayaquil, el cual consiste en promocionar Bucay y los productos que este ofrece.

➤ **Amenazas de productos sustitutos**

El Gobierno del Ecuador y la Municipalidad de Guayaquil, está desarrollando una serie de proyectos para la promoción de cada una de las ciudades del Ecuador, especificando sobre la ciudad de Guayaquil, en estos últimos años la ciudad ha cambiado notoriamente debido a la realización de varios proyectos en los cuales se han manifestados los lugares recreacionales que han tenido una buena acogida e intervención familiar, se han creado y regenerado parques donde se puede mantener una apariencia física pero que no involucra una curiosidad a los jóvenes, simplemente pasa desapercibido.

Los productos sustitutos se encuentran a varias horas de la ciudad de Guayaquil como es la Ruta de la Aventura que la está promocionando la Prefectura del Guayas, la cual es un recorrido por algunos lugares turísticos dentro de la provincia del Guayas, en donde se pueden realizar deportes extremos como bajada de cascadas, montañismo, senderismo, cayoning, etc.

➤ **Poder de negociación de proveedores**

En la ciudad de Guayaquil, por ser una de las principales ciudades del Ecuador y por ser el puerto principal, existe una gran competencia y varias alternativas para la negociación con proveedores de los equipos necesarios para la realización de las actividades que se implementarán con la creación del proyecto.

➤ **Poder de negociación de clientes**

A los futuros clientes se les está presentando una oportunidad, un producto diferente en el cual los valores (precios) establecidos son fácilmente accesibles para el mercado seleccionado.

➤ **Rivalidad entre competidores**

La rivalidad de la competencia se encuentra dentro de la provincia del Guayas, pero a varias horas de la ciudad de Guayaquil. En la ciudad no existe ese interés por lo que se ha estimado competencia como en el caso del rocódromo que es muy similar a escalar la pared del Estadio Modelo, pero no existe publicidad por lo que no es muy frecuentado.

## 4 Capítulo IV – PLAN DE MARKETING

### 4.1 Análisis Situacional

#### 4.1.1 Análisis del Mercado

El Área Nacional de Recreación Los Samanes, ubicado en el sector de los vergeles al norte la ciudad de Guayaquil, será el tercer parque más grande de Latinoamérica, ofrecerá áreas de recreación y esparcimiento lleno de vegetación, contribuyendo así a la ecología de la ciudad.

La ciudad de Guayaquil, ofrece un excelente clima durante la mayor cantidad de meses del año, es una ciudad de destino turístico, ofrece una de las mejores infraestructuras y planta turística para la distribución de turistas nacionales y extranjeros a las zonas rurales, es el epicentro de la provincia del Guayas, posee una rústica geografía y un paradisíaco entorno para la práctica deportiva y para las actividades con afinidad a la naturaleza.

El consumidor final notará que el proyecto le ofrece un servicio diferente y nuevo, en un área que podrá gozar también de otros tipos de servicios y actividades como es el deporte, acampar, andar en bicicleta, etc., podrá disfrutar de una mezcla de comportamiento en un solo lugar.

#### 4.1.2 Análisis FODA

##### *Fortalezas*

- ✓ La ubicación geográfica dentro de un Área Nacional de Recreación, área pública.
- ✓ Personal capacitado.
- ✓ Producto único en la ciudad de Guayaquil.

##### *Oportunidades*

- ✓ Mercado en crecimiento.
- ✓ Tendencia de consumidores a buscar nuevas experiencias.

- ✓ Costo del producto económico.
- ✓ Área Pública donde su acceso es libre, sin costo alguno.
- ✓ Diversidad de consumidores.
- ✓ Acceso fácil y buena relación con proveedores.

#### *Debilidades*

- ✓ Falta de capital inicial.
- ✓ Inexperiencia en el manejo de negocios.
- ✓ Nuevos en el mercado (experiencia).
- ✓ La práctica de deportes extremos tiene un bajo porcentaje de actividad.

#### *Amenazas*

- ✓ Ingreso de nuevos competidores con mayor poder económico.

### **4.1.3 Análisis de la Competencia**

El servicio que se ofrece está enfocado principalmente a la recreación de jóvenes que les guste llenar un poco de adrenalina sus cuerpos, que les gusten los riesgos y el trabajo en equipo, que no le teman a las alturas, se diferenciará de la competencia porque será implementado en un área pública en la misma ciudad de Guayaquil, tendrá un fácil acceso al parque sin costo alguno.

Las distintas entidades de la provincia del Guayas están buscando varias alternativas para que exista un mayor movimiento turístico por lo cual están generando varias rutas especializadas en la actividad primordial de cada cantón, entre las rutas que se están promocionando se tiene a la Ruta de la Aventura que comprende el sector Sur-Oriental de la provincia en donde existe gran cantidad de recursos naturales (flora y fauna) y está rodeado de un místico entorno y geografía rústica, por esto se podrá encontrar productos que podrían sustituir, entre los principales competidores se tiene:

- ✓ Cantón General Antonio Elizalde (Bucay): es un cantón que ha demostrado con el tiempo que es un pueblo noble y trabajador el cual su desarrollo y progreso se ha

llevado a cabo por la visión y decisión de sus autoridades, consolidando así una posición relevante, basado en su antiguo ferrocarril, lleno de historia tradición y aventura, además de un sin número de atractivos naturales que deleitarán no sólo al amante del aire libre, la flora y la fauna, sino también a los amantes del deporte extremo y la aventura, así como al aficionado de la fotografía, pudiendo realizar diversas actividades como rafting, tubing, ciclismo de montaña, trekking a lo largo de diferentes senderos de sus bosques húmedos. Se encuentra a 99 km de la ciudad de Guayaquil, a una altura de 320 m sobre el nivel del mar y su temperatura oscila entre los 23 C y 30 C., las vías de acceso se encuentran asfaltadas y en buenas condiciones y su medio de transporte es la Cooperativa Santa Martha o transportación privado.

✓ Naranjal: en este cantón existe un camino llamado Camino Real del Inca y la Reserva Ecológica Manglares de Churute, los cuales son considerados ideales para realizar actividades como trekking, camping y paseos en canoa para poder así observar la diversidad de flora y fauna.

✓ Empalme: se conoce a esta tierra por tener varias elevaciones pequeñas y suelos muy variados, estas características contribuyen a la fertilidad y bellezas de sus paisajes, posee impresionantes cascadas y balnearios en los cuales se efectúan actividades de deportes extremos como el rappelling. Se encuentra ubicado a 167 km de Guayaquil, con una altura de 74 m sobre el nivel del mar, su temperatura varía entre 24 C y 29 C. Sus vías de acceso se encuentran asfaltadas y en buenas condiciones y la Coop. Rutas Empalmeñas es el transporte que viaja a esta ruta.

#### **4.1.4 Productos y Servicios**

La empresa ofrece tres productos que su finalidad es generar un poco de adrenalina en cuerpos de jóvenes y proveer un lugar altamente capacitado para la realización de actividades extremas en la ciudad de Guayaquil, entre los cuales tenemos canopy, cuerdas altas y rocódromo.

Estos productos se llevarán a cabo tomando en consideración todos los riesgos que se podrán involucrar al momento de realizar las actividades, es decir se realizará un plan de contingencia, los equipos que se utilicen se encontrarán en buenas condiciones, el personal será constantemente capacitado para poder asesorar a los clientes.

## 4.2 Estrategias de Marketing

### 4.2.1 Objetivos de Marketing

✓ **Ventas:**

Incrementar las ventas un 4,44% a partir del segundo año, para recuperar la inversión inicial en un menor tiempo y así también aumentar las utilidades.

✓ **Beneficios:**

Mantener un margen de rentabilidad mensual para poder cubrir los gastos y costos de la operación.

Incrementar la venta e ingresos del producto y servicio por medio de estrategias innovadoras para atraer nuevos consumidores.

✓ **Cuota del Mercado:**

Atraer y mantener turistas nacionales e internacionales en la ciudad de Guayaquil, para así incrementar las visitas mediante campañas publicitarias, utilizar los servicios de operadoras turísticas, publicidad vía internet, apoyarse con el Ministerio de Turismo.

### 4.2.2 Segmentación

<b>Demográfica</b>	Edades	18 - 45
	Sexo	Masculino - Femenino
<b>Geográfica</b>	Región	Costa (Norte de Guayaquil)
<b>Psicográfica</b>	Nivel Socio-Económico	Medio
	Perfil	Personas que les guste y disfruten de los deportes extremos

### 4.2.3 Mercado Meta

<b>Características</b>	<b>Estudiantes Universitarios</b>	<b>Adultos</b>	<b>Deportistas</b>
<b>Edad</b>	18 – 25 años	26 – 45 años	18 – 45 años
<b>Nivel Socio - Económico</b>	Medio	Medio	Medio
<b>Otros</b>	Personas que sientan la curiosidad de enfrentar desafíos	Personas que les guste el deporte extremo	Personas que practiquen el deporte extremo

### 4.2.4 Posicionamiento

El posicionamiento del producto se ha definido a personas en un rango de edades entre 18 y 45 años, que estudien y vivan en universidades al norte de la ciudad de Guayaquil, con un nivel social y económico medio, que sientan la curiosidad de enfrentar desafíos al aire libre, que les guste la práctica de los deportes extremos.

### 4.2.5 Estrategias del Marketing Mix

#### *Producto*

La empresa GameX S.A. ofrecerá tres productos nuevos en el mercado de la ciudad de Guayaquil, con un excelente servicio considerando la diversión y seguridad, esperando lograr una moda en la mente del consumidor.

- ✓ Canopy
- ✓ Cuerdas Altas
- ✓ Rocódromo

#### *Precio*

Los precios de los tres deportes extremos que ofrece la empresa fueron establecidos por la relación calidad – precio, con precios accesibles al consumidor luego de haber

realizado un costeo detallado del producto, considerando los equipos que se utilizaran y su constante mantenimiento, considerando capacitaciones, sueldos y el análisis de las encuestas realizadas al futuro consumidor, pensando primordialmente en la seguridad del mismo.

La forma de pago de los servicios que se prestan solo se podrá realizar en efectivo.

### *Plaza*

La plaza o también conocidos como canales de distribución y la distribución física del producto, será representada por la empresa misma, puesto que la empresa será la que transmitirá el producto hasta el consumidor final, comprendiendo el tiempo preciso y la cantidad adecuada de recorridos o actividades del circuito al lugar correcto que se tiene estimado por cada persona o grupo de personas.

Al mismo tiempo, el personal de cada producto estará capacitado y tendrá conocimiento de cada actividad para así ser promotor y poder sugerir a los clientes para que se involucren más con las distintas actividades.

### *Promoción*

Con la finalidad de informar, persuadir y estimular al consumidor, para la promoción y publicidad de la empresa “GameX” y de sus actividades se ha seleccionado los siguientes medios:

#### ✓ Flyers

El flyer es un formato publicitario en el cual se informará sobre la apertura de la empresa que tendrá lugar en el Área Nacional de Recreación Los Samanes, estará conformado por información específica de la empresa, como la ubicación, los horarios de atención, las actividades a realizar, etc.

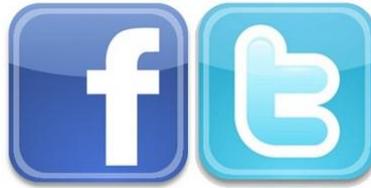
#### ✓ Internet

Se ha seleccionado este medio debido a que el mercado objetivo son jóvenes – adultos, que todos los días están relacionando su vida cotidiana con el uso del internet, por los cuales se ha elegido medios específicos para la promoción, los cuales son:

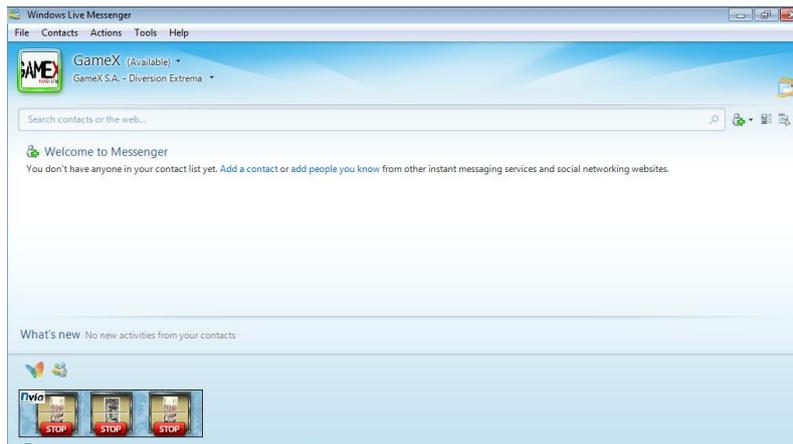
❖ **Página Web:** los consumidores tendrán un libre acceso para poder obtener la información necesaria de la empresa como sus horarios de atención, la ubicación de cada

producto y una breve descripción, los precios y un modo de contactarnos telefónicamente o vía e-mail.

❖ Redes sociales: se accederá a crear una cuenta en las redes sociales que son utilizadas con más frecuencias por el mercado joven - adulto ecuatoriano, las cuales son Facebook y Twitter.



❖ E-Mail: este medio se utilizará para conformar una base de datos de los clientes que realizan este tipo de actividades, además ayudará para recibir cualquier consulta, mejora o sugerencia por parte de los clientes.



## 4.3 Investigación de Mercado

### 4.3.1 Detalles de la Investigación

En este capítulo se profundizará acerca de los análisis de los resultados que se obtuvieron mediante un método de investigación exploratoria, la cual Malhotra (2004) plantea que su objetivo principal es proporcionar el conocimiento o entendimiento mediante la exploración o examinación de un problema o situación; y la investigación descriptiva, la cual como su nombre lo indica, el objetivo principal es describir características o funciones del mercado. También indica que los métodos utilizados en estas investigaciones son: encuestas a expertos, encuestas pilotos, datos secundarios, una investigación cualitativa, encuestas, grupos, datos de observación y otros.

Morales (s.f.), en su libro llamado “Proyectos de Inversión”, explica que la palabra mercado tiene muchos significados, pero para el análisis de los proyectos de inversión por mercado lo entienden como “al conjunto de personas que necesitan productos y/o servicios y tienen la posibilidad de adquirirlos”, especificando como bases en la definición las características del mercado en el presente proyecto como personas que tienen el deseo de consumir, la necesidad no cubierta y requieren el producto y servicio específico para satisfacer sus necesidades. También indican que en un proyecto se debe enfocar en el mercado que se implementará.

El presente proyecto se enfocará en un mercado juvenil que deseen crear una aventura y generar adrenalina en sus cuerpos, además en profesionales que deseen practicar los deportes extremos propuestos para la implementación.

### 4.3.2 Cálculo de la Muestra

#### ➤ *Tamaño de la muestra*

Según Morales (s.f.), enseña que para determinar la muestra es necesario obtener la información de un grupo representativo del universo de consumidores, en el caso de este proyecto la muestra será tomada de la provincia del Guayas que según el Censo realizado por el INEC2 en el 2010, muestra los siguientes resultados:

- Total: 3.645.483
- Mujeres: 1.829.569
- Hombres: 1.815.914

Y en el cantón Guayaquil, muestra los siguientes resultados:

- Total: 2.350.915
- Mujeres: 1.192.694
- Hombres: 1.158.221

Al haber obtenido que en la provincia del Guayas, en el cantón Guayaquil, existe una población total de 2.350.915 personas se procede a calcular los elementos que se debe comprender la muestra con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\sigma^2 pq}{e^2}$$

n = tamaño de la muestra

$\sigma$  = grado de confianza con el que se va a trabajar

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

e = error de estimación

El proyecto se basa en lo referido por Morales (s.f.), de que el grado de confianza adopta el valor de 1.96 cuando comprende el 95% de los casos. Al no poseer antecedentes se asigna el valor del 50% para la probabilidad a favor y 50% para la probabilidad en contra y el 5% del error de estimación. Arrojando los siguientes resultados:

---

<sup>2</sup> Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2} = \frac{3.8416 * 0.50 * 0.50}{0.0025} = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

Después de realizar la fórmula con los datos detallados anteriormente, se ha llegado a la conclusión de que 384 será el número de personas a las cuales se les realizará la encuesta.

➤ ***Tipo de muestreo***

La selección de la muestra o participantes de estudio fueron escogido con el objetivo de obtener información de las características, gustos y preferencias de la población seleccionada de la ciudad de Guayaquil, considerando la definición de población como aquella que está constituida por un grupo de elementos del universo para los propósitos de la investigación de mercado que comparte un conjunto común de características indicado por Malhotra (2008).

Se ha considerado tomar como referencia un muestreo por estratos, que según Morales (s.f.) lo describe como los integrantes de la población de Guayaquil, clasificados por una característica en común, en el caso de la investigación un grupo de encuestados de las edades entre 18 y 45 años, realizando encuestas sectorizando ciertos lugares como centros comerciales, aeropuertos, universidades y agencias de viajes para poder crear un perfil de los futuros consumidores de los servicios propuestos en la investigación, jóvenes y posibles profesionales que se interesen en realizar las actividades de deportes extremos en la ciudad donde residen, ahorrando el tiempo que se estima de viaje a otras cantones de la provincia del guayas donde se realizan las actividades como Bucay, el Empalme, o el Triunfo, entre otros, así como la guía de rutas que está elaborando la Dirección de Turismo del Gobierno Provincial del Guayas.

Se recuerda que el enfoque del estudio de investigación es mixto, es decir, enfoque cualitativo y cuantitativo.

➤ ***Técnicas de muestreo***

Se utilizará una técnica de muestreo no probabilístico, según Malhotra (2008) esta técnica no se basa en el azar, sino que depende del juicio del investigador, además aclara que pueden dar buenas estimaciones de las características de la población, pero no permiten evaluar objetivamente la precisión de los resultados.

Entre las técnicas de muestreo no probabilísticos tenemos cuatro, por conveniencia, por juicio, por cuotas y bola de nieve. Se ha seleccionado una de ellas para realizar la investigación, entre ellas muestreo por conveniencia.

Muestreo por conveniencia, pues es el tipo de muestreo en el cual se va a seleccionar personas para encuestar en un lugar y en un momento adecuado, en las universidades, centros comerciales, entrevistas a jóvenes.

Para la siguiente investigación se ha desarrollado una encuesta VEASE EN ANEXO 2. La encuesta fue elaborada para estudiar futuros consumidores a que deseen realizar las actividades para sus momentos de ocio para escapar de la rutina diaria. La finalidad de la encuesta es analizar la frecuencia con la que la población de Guayaquil visitará el parque “Los Samanes” para realizar actividades de deportes extremos y cuáles son los deportes que se utilizarían con más frecuencia.

#### **4.3.3 Formato de la Encuesta**

Se realizó una encuesta, la cual consta de 6 preguntas claras y directas. Para la formulación de las encuestas se contemplaron las siguientes variables:

- Edad y sexo
- Gustos y preferencias
- Precios

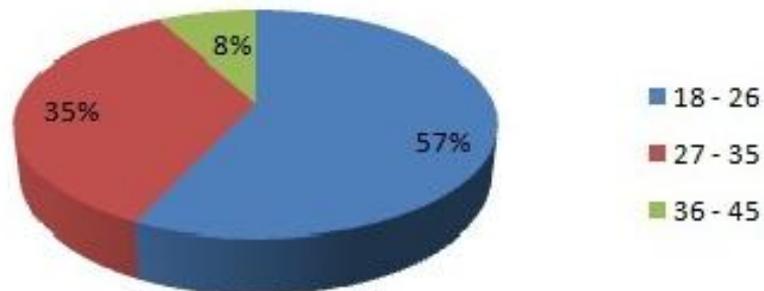
En *ANEXOS 2* se presenta el formato de la encuesta realizada a la muestra examinada de 384 personas.

#### 4.3.4 Presentación y Análisis de los resultados de la Encuesta

➤ *Personas por edades:*

La muestra que se seleccionó haciendo referencia al mercado meta al cual va dirigido la investigación fue de 384 personas entre las edades de 18 a 45 años. *Ver tabulaciones en ANEXO I.*

El gráfico que se presenta a continuación, indica:



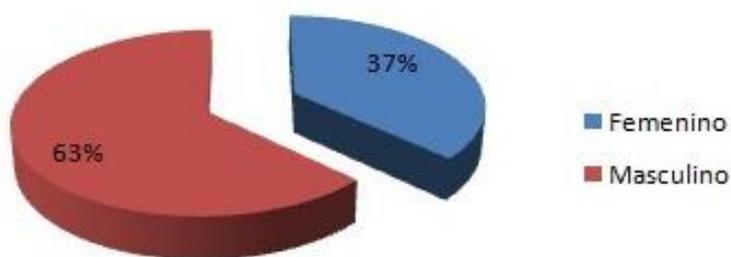
**Gráfico 8 Análisis de Personas por Edades**

**Elaborado por: La autora**

✓ Que el porcentaje más alto (57%) del grupo de encuestados se localiza en jóvenes – adultos entre las edades de 18 y 26 años

➤ *Personas por sexo:*

Se examinó que este tipo de actividades son realizadas y deberían ser dirigidas ya sea a hombres como a mujeres y durante el proceso de investigación y al momento de realizar las encuestas se pudo obtener como resultados que un porcentaje del 63% de encuestas fueron realizadas al sexo masculino y el 37% fueron al sexo femenino. Se observó que al momento de realizar las encuestas al sexo femenino, ellas no habían realizado este tipo de actividad o tal vez una vez en su vida y que quizás no lo volverían a hacer. *Ver tabulaciones en ANEXO I.*



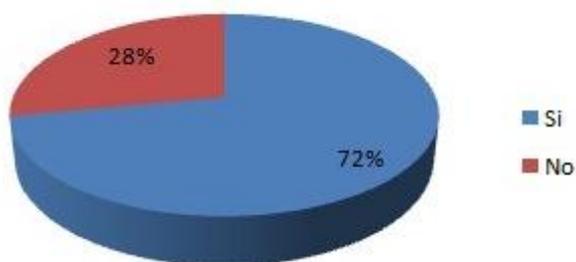
**Gráfico 9 Análisis de Personas por Sexo**

**Elaborado por: La autora**

➤ 1. *¿Ha realizado o practica deportes extremos?*

La pregunta se realizó con el objeto de conocer si las personas han experimentado alguna vez la adrenalina que se siente al realizar las actividades extremas, si fueron contestadas afirmativamente los encuestados continuaron en orden las siguientes preguntas, pero si su respuesta es de negación pasaran automáticamente a responder la pregunta 5.

Solo un 28% de los encuestados proyectaron una respuesta de que no han realizado deportes extremos porque tuvieron miedo, no les gusta, son muy inseguras. Un grupo mucho mayor del 72% si han realizado estas actividades. *Ver tabulaciones en ANEXO1.*



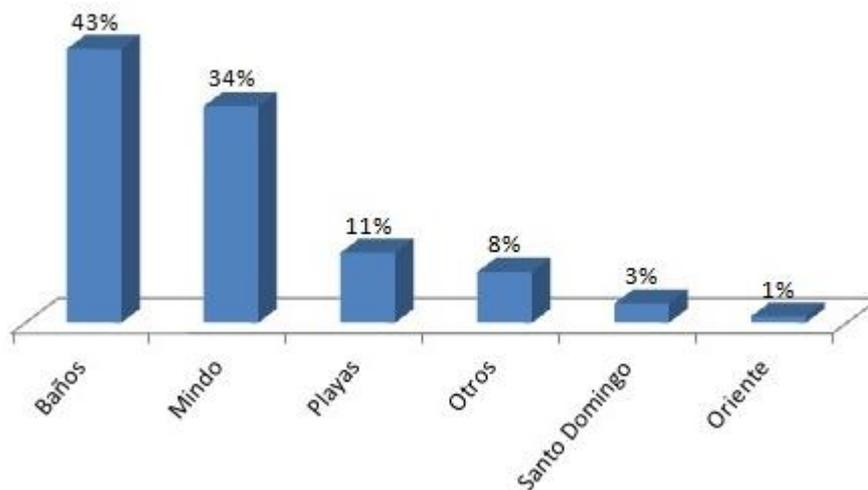
**Gráfico 10 Análisis de Personas que han realizado Deportes Extremos**

**Elaborado por: La autora**

➤ 2. Identifique en cuál de los siguientes lugares mencionados, usted ha realizado deportes extremos.

El gráfico siguiente proyecta los lugares donde comúnmente han sido visitados para la práctica de actividades de deportes extremos en general.

En esta pregunta, el análisis sólo se está fundamentando con los encuestados que dieron una respuesta afirmativa en la pregunta 1. De 256 encuestas a personas que si han realizado o practican deportes extremos los cuales manifiesta que el lugar más visitado o frecuentado es Baños; seguido por un 34% en Mindo; un grupo más pequeño (11%) han practicado en Playas; el 8% lo han hecho en otros lugares, de los que recalca que la mayoría lo hizo en lugares en el extranjero y los restantes nombro ciudades como Esmeraldas, Montañita, Guayaquil (Estadio Modelo), Bucay, Olón, Cuenca; y finalmente con un menor porcentaje del 3% y 1% para Santo Domingo y Oriente respectivamente. *Ver tabulaciones en ANEXO1.*



**Gráfico 11 Análisis de Lugares**

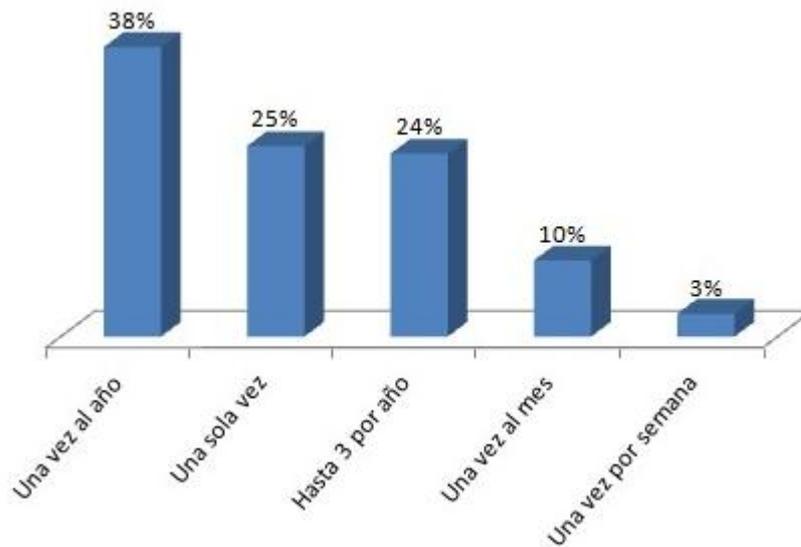
**Elaborado por: La autora**

➤ 3. ¿Con qué frecuencia ha realizado este tipo de actividades?

Sólo un 3% de la muestra lo realiza una vez por semana puesto que ellos practican este tipo de deportes para competencias o simplemente para mantener su apariencia física.

El 10%, 24% y 38% lo practican una vez al mes, entre 1 y hasta 3 veces por año, son aquellos que constantemente planifican un viaje con sus amigos para todos los feriados, vacaciones, en diferentes lugares del Ecuador y que desean sentir esa sensación de adrenalina en sus cuerpos, los describiría como fanáticos de las actividades.

El 25% de la muestra se ha expresado como “una sola vez y no lo volvería a hacer” por motivos de seguridad, o al menos aquí en el Ecuador no lo realizarían por miedos, inseguridad de equipos y experiencia, entre otros motivos. *Ver tabulaciones en ANEXO1.*



**Gráfico 12 Análisis de Frecuencia**

**Elaborado por: La autora**

➤ 4. ¿Cuáles son los deportes extremos que ha realizado anteriormente?

De los 276 encuestados que confirmaron que han realizado deportes extremos, el siguiente gráfico nos ratifica que las actividades que se desean implementar en el Área de Recreación los Samanes son interesantes, además:

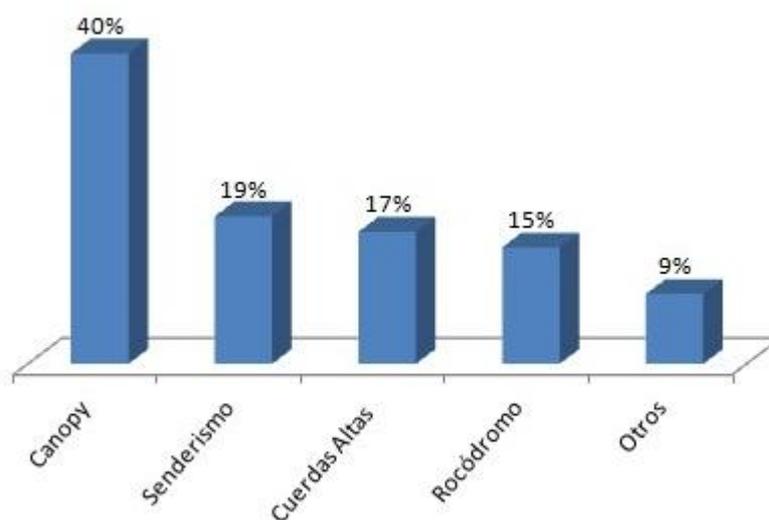
✓ Acreditan al deporte extremo Canopy con un 40% y certifican que les gustaría que sea implementado en la ciudad de Guayaquil.

✓ Aunque el senderismo obtuvo un 19%, a los encuestados no les agrado mucho la idea de la implementación y lo relaciono que esta actividad era repetida al momento de realizar un circuito de Canopy y Cuerdas altas.

✓ El 17% manifestó que había realizado Cuerdas Altas luego de haber tenido una breve explicación de lo que se involucraba y como se realizaba esta actividad.

✓ Asimismo, con un 17% el rocódromo tuvo que ser explicado brevemente.

Por último un 9% se relacionó con otro tipo de actividades que generalmente son realizadas lugares con agua. *Ver tabulaciones en ANEXO I.*

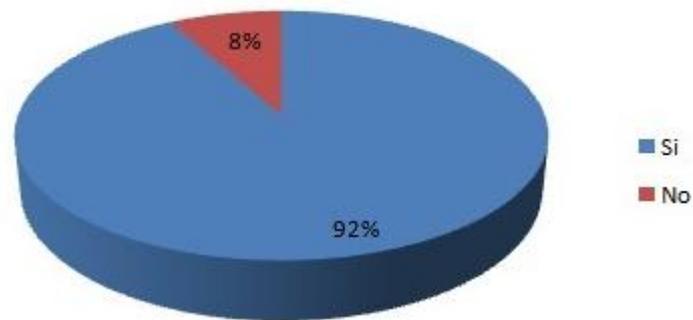


**Gráfico 13 Análisis de Deportes Extremos**

**Elaborado por: La autora**

➤ 5. ¿Le gustaría que las actividades de deportes extremos que se mencionaron anteriormente sean implementadas en el sendero?

A pesar de que se pudo visualizar la emoción con la cual contestaban cada una de las preguntas y deseos de conocer más acerca del proyecto se tuvo que realizar la siguiente pregunta en la cual se encuentran contemplados los 384 encuestados, consiguiendo que un 92% conteste favorablemente la implementación de las actividades de deportes extremos y un 8% no apoya la idea del proyecto. Ver tabulaciones en ANEXO1.



**Gráfico 14 Análisis para Implementar Deportes Extremos**

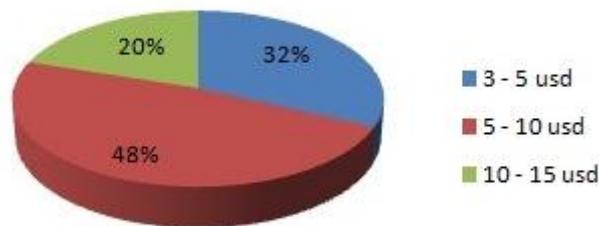
**Elaborado por: La autora**

➤ 6. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por realizar las actividades de deportes extremos?

Luego de reconocer que un 92% alentaba la propuesta se procedió a considerar la última pregunta de la encuesta. Especulando que la participación del consumidor al momento de fijar precios es una buena colaboración. Se fijaron tres rangos de precios accesibles al mercado meta, en este caso jóvenes – adultos, adquiriendo como resultados los siguientes:

- ✓ Los valores más económicos, en un rango de 3 a 5 usd, un 32% del total de encuestados.
- ✓ En un rango intermedio de 5 a 10 usd, con el mayor porcentaje del 48%.

En último lugar por rango entre 10 a 15 usd y en porcentaje del 20%. *Ver tabulaciones en ANEXO I.*

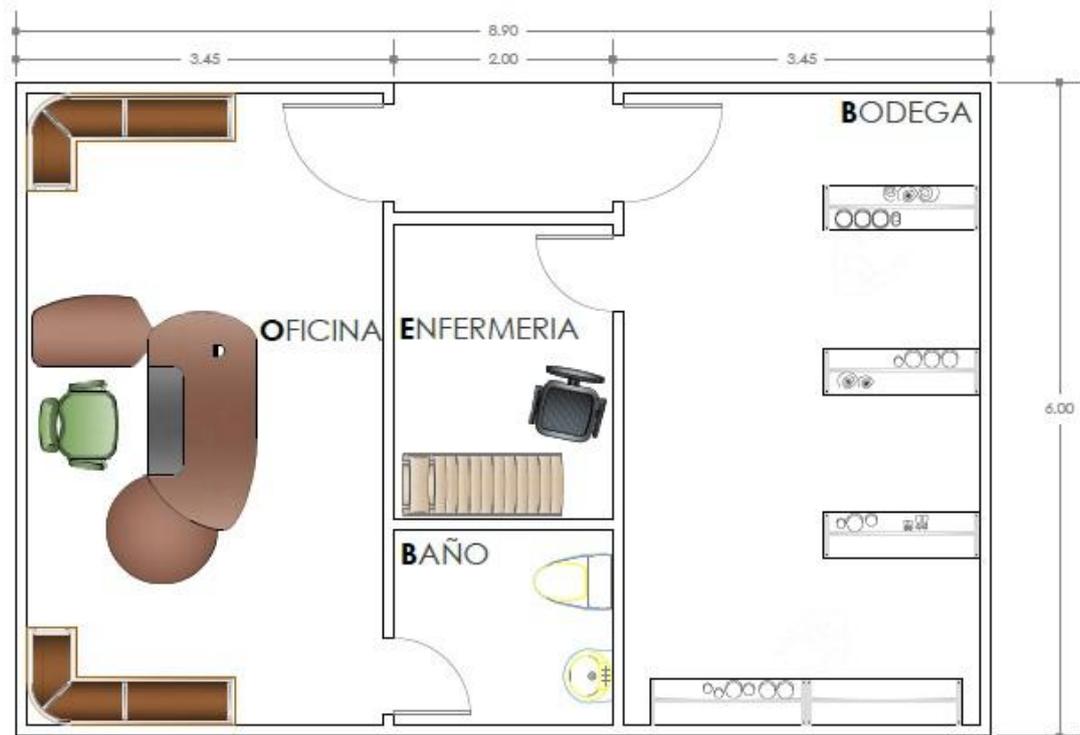


**Gráfico 15 Análisis de Precios**

**Elaborado por: La autora**

## 5 Capítulo V – PLAN OPERATIVO

### 5.1 Distribución Física del Espacio a Utilizar



### 5.2 Días de Funcionamiento

Debido a que la empresa se desarrollará en el Área Nacional de Recreación los Samanes, el cual es área público, los días de funcionamiento para la atención al público serán todos los días del año.

### 5.3 Horario de Funcionamiento

Las actividades de deportes extremos se desarrollarán en los siguientes horarios:

✓ Lunes a Domingo 08:30 a 16:30

De acuerdo a la ley de trabajadores, los empleados deben laborar 40 horas semanales, por se distribuirá al personal con un horario rotativo de la siguiente manera:

<b>SUPERVISORES</b>							
	<b>LUNES</b>	<b>MARTES</b>	<b>MIERCOLES</b>	<b>JUEVES</b>	<b>VIERNES</b>	<b>SABADO</b>	<b>DOMINGO</b>
<b>1</b>	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	LIBRE	LIBRE
<b>2</b>	LIBRE	LIBRE	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30
<b>3</b>	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	LIBRE	LIBRE	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30

<b>PERSONAL OPERATIVO</b>								
	<b>L</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>V</b>	<b>S</b>	<b>D</b>	<b>HORAS LABORABLES</b>
<b>1</b>	08:30 a 16:30	LIBRE	LIBRE	40				
<b>2</b>	LIBRE	LIBRE	08:30 a 16:30	40				
<b>3</b>	08:30 a 16:30	LIBRE	LIBRE	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	40
<b>4</b>	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	LIBRE	LIBRE	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	40
<b>5</b>	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	LIBRE	LIBRE	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	40
<b>6</b>	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	08:30 a 16:30	LIBRE	LIBRE	08:30 a 16:30	40
<b>7</b>	08:30 a 16:30	LIBRE	LIBRE	40				

<b>CAJEROS</b>								
	<b>L</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>V</b>	<b>S</b>	<b>D</b>	<b>HORAS LABORABLES</b>
<b>1</b>	08:30 a 16:30	LIBRE	LIBRE	40				
<b>2</b>	LIBRE	LIBRE	08:30 a 16:30	40				

AUXILIARES								
	L	M	M	J	V	S	D	HORAS LABORABLES
1	08:30 a 16:30	LIBRE	LIBRE	40				
2	LIBRE	LIBRE	08:30 a 16:30	40				

## 5.4 Infraestructura

En el mundo actual una tendencia de volver hacia la naturaleza, la manera de viajar ahora no solo es ir a conocer lugares y culturas distintas sino también tener emociones e interactuar con el entorno. En este marco surgen las tres actividades que se proponen, en donde el ser humano tiene la oportunidad de convivir con la naturaleza desde una perspectiva única.

### ➤ *Canopy y cuerdas altas*

Canopy es un paseo por los árboles de un bosque o selva, mediante puentes colgantes, tirolesas, escalerillas y un sin fin de instalaciones que hacen de estos paseos una forma divertida, emocionante y segura de vivir al máximo la naturaleza.

El canopy, hoy en día, forma parte de los principales atractivos de parques de aventura en todo el mundo y en desarrollos ecoturísticos, ya que es una actividad para chicos y grandes y no importa mucho tu condición física para realizarla.

Canopy es un desarrollo que requiere de una amplia responsabilidad, ya sea para con los usuarios y para con la misma naturaleza a la cual se podría llegar a dañar si se hace una incorrecta instalación.

### ✓ Material y Equipos

El material de las líneas que sostienen los elementos de un canopy regularmente es de cable de acero para instalaciones fijas, y de cuerdas estáticas deportivas o de rescate alpino

para instalaciones temporales o semifijas. También se utiliza la madera y el metal para las bases o tarimas, así como elementos plásticos para no dañar los árboles y la integridad de los usuarios.

El equipo a utilizarse debe de ser equipo diseñado específicamente para esta actividad como los arneses, poleas, cintas de seguridad, etc.

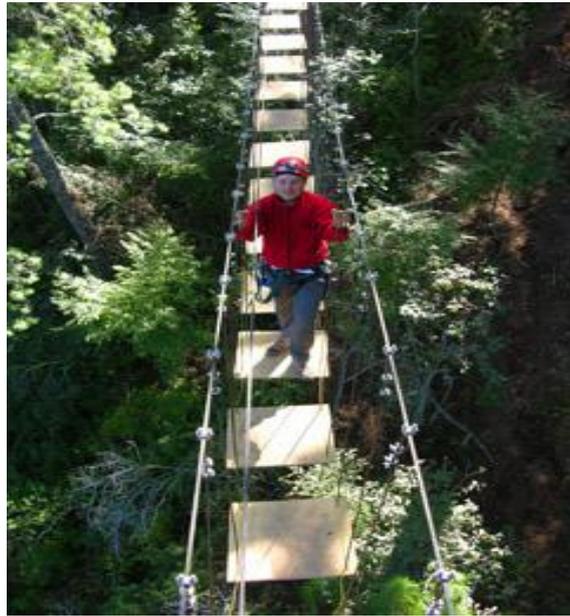
✓ Seguridad

Lo más importante es la seguridad de los usuarios en las instalaciones y de la siguiente manera se llevará a cabo la seguridad:

Equipo certificado: El equipo que se utilizará desde el cable, los herrajes, arneses, poleas, etc. es equipo debidamente certificado por instituciones de amplio reconocimiento nacional o internacional.



➤ *Cuerdas altas*



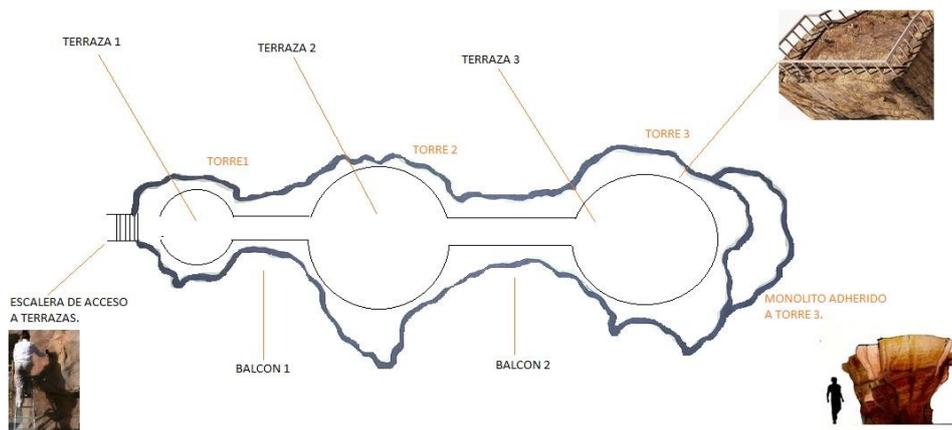
## ➤ **Rocódromo**

El rocódromo o también conocido como escalada está diseñado de tal forma que podrá ser usado y accesible para tres categorías de personas:

1. Categoría de novatos y recreacional
  - Terraza 1: está será las más alta, tiene 15 mts de altura
2. Categoría de aficionados, avanzados y recreacional
  - Terraza 2: tiene 14 mts de altura
3. Categoría de aficionados, avanzados, recreacional y expertos
  - Terraza 3: tiene 8 mts de altura

En total la infraestructura posee un ancho de 20 mts.

VISTA DE PLANTA



POSIBLES MEDIDAS REFERENCIALES



## 5.5 Proceso de Entrega del Servicio

<b>SERVICIO:</b> Práctica de deportes extremos	<b>CANOPY, CUERDAS ALTAS, ROCÓDROMO</b>
<pre> graph TD     A[INICIO] --&gt; B[Registrar al cliente para desligar responsabilidades]     B --&gt; C[Acudir a la bodega]     C --&gt; D[Equipar a los clientes con los arneses, mosquetones, cascos y guantes]     D --&gt; E[Dirigir a los clientes al punto de partida]     E --&gt; F[Capacitar a los clientes en la práctica del deporte]     F --&gt; G[Acompañar y dirigir el grupo a través de toda la práctica]     G --&gt; H[FIN]         </pre>	
<b>Requerimiento de Mano de Obra</b> 2 Guías 1 Supervisor de operaciones	<b>Requerimiento de Equipos</b> ✓ Cascos ✓ Pares de Guantes ✓ Arnese de Suspensión ✓ Mosquetones

## **5.6 Política de Calidad**

El compromiso de la empresa con los clientes y medio ambiente se fundamenta en los siguientes principios de calidad:

- ✓ Advertir y ejercer las normas de calidad, como responsabilidad del trabajador hacia la empresa y la empresa hacia el cliente.
- ✓ Cuidar, preservar y proporcionar un el servicio en ambientes naturales y ecológicos.
- ✓ Cada empleado debe tener sabia conciencia de sus funciones y responsabilidades dentro y fuera de la empresa.
- ✓ Siempre ofrecer un buen servicio, con paciencia y predisposición de ayudar al cliente externo como al interno.
- ✓ Trabajo en equipo y comunicación para lograr garantizados procesos
- ✓ El compromiso del empleado con la empresa se demuestra en la puntualidad.

## **5.7 Proceso de Control de Calidad**

- ✓ La puntualidad de los empleados se tomará en cuenta, puesto que así demuestran su compromiso con la empresa.
- ✓ Se realizarán constantes evaluaciones del servicio al cliente tanto externo como interno.
- ✓ Al inicio de una jornada laboral se realizar una actividad en el cual se podrán analizar varios casos o ejemplos de circunstancias que suelen pasar para analizar reacciones.
- ✓ Se capacitará al personal, para comprometerlos con la empresa y con ellos mismo, además para que se destaquen en sus labores, y se obsesionen por alcanzar la excelencia.

## **5.8 Plan de Contingencia**

Este plan de acción es para utilidad en caso de cualquier siniestro. Los objetivos primarios son salvar la vida, prevenir lesiones y eliminar o minimizar daños a la propiedad.

El primer paso que se debe fijar es que todos los empleados tengan inculcado que en caso de cualquier siniestro deben reportarlo a su supervisor o jefe inmediato, ellos a su vez comunicarán a entidades de emergencia, por lo que deben de tener una lista de los números telefónicos en un lugar visiblemente apropiado.

<b><i>EMERGENCIAS</i></b>	
<b><i>Entidades</i></b>	<b><i>Números</i></b>
Policía Nacional	101
Bomberos	102
Cruz roja	131
Secretaría Nacional de Riesgos	911

### **5.8.1 Plan de contingencia contra incendios**

La clave de la lucha contra los incendios es tomar la acción rápidamente para suprimir, extinguir, o controlar el fuego antes de que pueda extenderse.

Un incendio requiere de tres elementos para iniciar y mantenerse:

1. Calor
2. Oxígeno (aire)
3. Combustibles

Estos tres elementos forman el Triángulo de Fuego, si cualquiera de estos elementos es eliminado el fuego se extinguirá. Por lo que se ha calificado que todo el esfuerzo de la lucha contra incendios debe ser basado en el Triángulo de Fuego y se debe apuntar a eliminar uno o más de los tres elementos esenciales.

El personal debe estar debidamente preparado y entrenado en técnicas de autoprotección para responder en cualquier momento a un incendio, indistintamente a la actividad que desarrolle, debe conocer perfectamente cómo salir del lugar donde se encuentre ubicado en una emergencia de incendio.

#### *1. Plan de evacuación en caso de incendios*

- Una ordenada evacuación depende de dos aspectos importantes:
  1. Las adecuadas advertencias
  2. El conocimiento del empleado de los procedimientos apropiados

- Un empleado asignado inspeccionará la planta cada turno para asegurarse que todo el equipo de la lucha contra los incendios está en su lugar y disponible para su uso, así como para identificar cualquier riesgo de incendio potencial, también verificara que las salidas de emergencias y las rutas que conducen a ellas estén claramente identificadas por señales y despejadas.
- Se programara un esquema de entrenamiento contra la lucha de incendios, para asegurar que todo el personal esté familiarizado con el equipo y las técnicas de lucha contra incendio y el plan de preparación de emergencias contra incendios.
- Asegurar que la entidad pública tenga acceso y facilidades.
- Se tendrá un sistema de alarma u otro conveniente que de alerta para la evacuación.

### **5.8.2 Plan de contingencia contra desastres naturales**

Este plan de acción es para usarlo en caso de alguna amenaza por inundación o terremoto.

✓ Inundación es cualquier situación que resulte en el cubrimiento de las instalaciones a una profundidad de agua que pueda poner en peligro potencial al personal o equipo.

✓ Terremoto es un movimiento de tierra que puede poner en peligro al personal y clientes, que puede causar daños en las instalaciones.

#### *Plan de Contingencia para Inundaciones*

1. Las severas inundaciones pueden resultar de lluvias fuertes.
2. La inundación propone los siguientes riesgos potenciales:
  - a. Ahogándose. En severos casos, el personal puede bañarse lejos en corrientes fuertes y puede ahogarse o puede lesionarse severamente.
  - b. Polución. El agua creciente puede causar desagües y sumideros que inundan, contaminando el ambiente.
  - c. Daño de equipo. La maquinaria y otros equipos pueden ser dañados por elevación o flujo de agua.

- d. Riesgo de electrocución. Crecientes de agua pueden cortocircuitar circuitos eléctricos y causar riesgos de choque eléctrico.
  - e. Derrumbes. El agua lodosa podría desplazarse y resultar tierra o barro. Las formaciones de barro pueden colapsar.
  - f. Serpientes y otros animales potencialmente peligrosos pueden buscar las tierras más altas.
3. En caso de crecientes aguas o lluvias fuertes continuas, el personal encargado deberá asegurarse que:
- a. Los equipos sean movidos del lugar hacia otro sitio de almacenamiento más seguro suficientemente elevado que asegure que no se inundarán.
  - b. Se abran los desagües para prevenir sobrellenado y posible colapso del drenaje del agua.
  - c. Después de la inundación verificar que el lugar despejado de serpientes o cualquier otro animal que ponga en riesgo al personal.

#### *Plan de Contingencia para Terremotos*

- i. Los terremotos raramente dan advertencia. Es por consiguiente esencial que el personal sea consciente de estar preparados para riesgos potenciales en todo momento. Las severas inundaciones pueden resultar de lluvias fuertes.
- ii. Los riesgos primarios de un terremoto son:
  - 1. Lesiones por derrumbes de edificios
  - 2. Riesgos de fuego, explosiones y polución de tanques y tuberías rotas.
  - 3. Desplazamientos de equipos
- iii. En caso de un terremoto, el personal encargado debe:
  - 1. Evacuar al personal
  - 2. Reunir a todo el personal para asegurar que todos se encuentren en buen estado.

## **6 Capítulo VI – ESTUDIO FINANCIERO**

### **6.1 Inversión Requerida y Detalle de Utilización de la Inversión**

La inversión que se requiere para la construcción e inicio de actividades en la cual se consideran todos los desembolsos de recursos financieros para adquirir los bienes, requerimientos, instrumentos y equipos para la prestación de servicio, que la empresa utilizará durante varios años para cumplir sus objetivos.

Dentro del desembolso se incluyen los siguientes bienes: edificio e instalaciones, mobiliario, equipamiento, muebles de oficina, equipos de computación, comprendiendo también el capital de trabajo para el primer año de funcionamiento y los gastos operativos.

Esta demás señalar que partes de los requerimientos considerados en la Inversión Inicial, son aportes de los socios como el edificio e instalaciones, y los equipos de oficina.

La inversión inicial que se requiere consta de un valor de \$65378,35 dólares americanos, lo cual corresponde a:

**Tabla 2 Inversión Inicial**

<b>EFFECTIVO</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>P. UNITARIO</b>	<b>P. TOTAL</b>
SUELDOS	3	\$ 6.667,78	\$ 20.003,35
EVENTUALIDADES	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
<b>TOTALES</b>		<b>TOTAL</b>	\$ 22.003,35
<b>EQUIPOS</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>P. UNITARIO</b>	<b>P. TOTAL</b>
GUANTES	55	\$ 15,00	\$ 825,00
MOSQUETONES	75	\$ 20,00	\$ 1.500,00
CUERDAS 20MTS	6	\$ 115,00	\$ 690,00
CASCOS	55	\$ 35,00	\$ 1.925,00
POLEAS	55	\$ 40,00	\$ 2.200,00
ARNES	75	\$ 15,00	\$ 1.125,00
<b>TOTALES</b>		<b>TOTAL</b>	\$ 8.265,00
<b>MUEBLES DE OFICINA</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>P. UNITARIO</b>	<b>P. TOTAL</b>
ESCRITORIO	1	\$ 200,00	\$ 200,00
SILLA	2	\$ 50,00	\$ 100,00
ARCHIVADOR/REPISERO	1	\$ 150,00	\$ 150,00
<b>TOTALES</b>		<b>TOTAL</b>	\$ 450,00
<b>EQ. DE COMPUTACIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>P. UNITARIO</b>	<b>P. TOTAL</b>
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 400,00	\$ 400,00
COMPUTADORA	1	\$ 800,00	\$ 800,00
IMPRESORA	1	\$ 180,00	\$ 180,00
<b>TOTALES</b>		<b>TOTAL</b>	\$ 1.380,00
<b>MOBILIARIO</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>P. UNITARIO</b>	<b>P. TOTAL</b>
SILLON	1	\$ 100,00	\$ 100,00
MESA	1	\$ 80,00	\$ 80,00
CASILLEROS	1	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>TOTALES</b>		<b>TOTAL</b>	\$ 280,00
<b>EDIF. E INSTALACIONES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>P. UNITARIO</b>	<b>P. TOTAL</b>
CONSTRUCCION		\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
INSTALACIONES		\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
<b>TOTALES</b>		<b>TOTAL</b>	\$ 30.000,00
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>P. UNITARIO</b>	<b>P. TOTAL</b>
PATENTES, PERMISOS		\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
		<b>TOTAL</b>	\$ 3.000,00

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 3 Descripción de la Inversión Inicial**

<b>Descripción de la Inversión Inicial</b>	<b>Total</b>
Caja/Bancos	\$ 22.003,35
Equipos en General	\$ 8.265,00
Muebles de Oficina	\$ 450,00
Equipos de Computación	\$ 1.380,00
Mobiliario	\$ 280,00
Edif. e Instalaciones	\$ 30.000,00
Gastos de constitución	\$ 3.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 65.378,35</b>

Elaborado por : La autora

## 6.2 Balance Inicial

**Tabla 4 Balance Inicial**

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>CORRIENTE</b>	<b>\$ 22.003,35</b>	<b>CORRIENTES</b>	
Caja	\$ 22.003,35	<b>DOC. POR PAGAR</b>	\$ 45.764,85
		<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 45.764,85</b>
<b>FIJO</b>	<b>\$ 40.375,00</b>		
Edif. E instalaciones	\$ 30.000,00	<b>PATRIMONIO</b>	
Eq. En General	\$ 8.265,00	<b>CAPITAL SOCIAL</b>	\$ 19.613,51
Muebles de Oficina	\$ 450,00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 19.613,51</b>
Mobiliarios	\$ 1.380,00		
	\$ 280,00		
<b>DIFERIDOS</b>	<b>\$ 3.000,00</b>		
Gastos constitucionales	\$ 3.000,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 65.378,35</b>	<b>TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 65.378,35</b>

Elaborado por: La autora

### 6.3 Depreciaciones y amortización

**Tabla 5 Depreciaciones**

	<b>EQUIPO EN GENERAL</b>	<b>MUEBLES DE OFICINA</b>	<b>EQUIPO DE COMPUTACION</b>	<b>MOBILIARIO</b>	<b>EDIFICIO</b>
<b>VALOR DEL BIEN</b>	\$ 8.265,00	\$ 450,00	\$ 1.380,00	\$ 280,00	\$ 30.000,00
<b>% VALOR RESIDUAL</b>	10%	10%	10%	10%	10%
<b>AÑOS DE VIDA UTIL</b>	10	10	3	10	20
<b>DEPRECIACION ANUAL</b>	\$ 743,85	\$ 40,50	\$ 414,00	\$ 25,20	\$ 1.350,00
<b>DEPRECIACION MENSUAL</b>	\$ 61,99	\$ 3,38	\$ 34,50	\$ 2,10	\$ 112,50

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 6 Amortizaciones**

	<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>
<b>VALOR DE ACTIVOS INTANGIBLES</b>	\$ 3.000,00
<b>PERIODO DE AMORTIZACION</b>	5
<b>AMORTIZACION</b>	\$ 600,00
<b>AMORTIZACION MENSUAL</b>	\$ 50,00

**Elaborado por:** La autora

## 6.4 Sueldos

*Sueldo del primer año*

**Tabla 7 Sueldos Año 1**

CARGO	CANT PERSONAS	SUELDO BASICO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DECIMO TERCERO	BONO ESCOLAR	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO TOTAL	COSTO MENSUAL
Administrador	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 225,00	\$ 656,10	\$ 7.181,10	\$ 598,43
Cajeros	2	\$ 584,00	\$ 7.008,00	\$ 584,00	\$ 584,00	\$ 292,00	\$ 851,47	\$ 9.319,47	\$ 776,62
Instructores o Guías	7	\$ 2.240,00	\$ 26.880,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 1.120,00	\$ 3.265,92	\$35.745,92	\$2.978,83
Supervisor de operación	3	\$ 1.140,00	\$ 13.680,00	\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	\$ 570,00	\$ 1.662,12	\$18.192,12	\$1.516,01
Auxiliar de enfermería	2	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 300,00	\$ 874,80	\$ 9.574,80	\$ 797,90
<b>TOTAL</b>	15	\$ 5.014,00	\$ 60.168,00	\$ 5.014,00	\$ 5.014,00	\$ 2.507,00	\$ 7.310,41	\$ 80.013,41	\$ 6.667,78

**Elaborado por:** La autora

*Sueldo del segundo año en adelante*

**Tabla 8 Sueldos Año 2 en adelante**

CARGO	CANT PERSONAS	SUELDO BASICO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DECIMO TERCERO	BONO ESCOLAR	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	COSTO TOTAL	COSTO MENSUAL
Administrador	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 225,00	\$ 449,82	\$ 656,10	\$ 7.630,92	\$ 635,91
Cajeros	2	\$ 584,00	\$ 7.008,00	\$ 584,00	\$ 584,00	\$ 292,00	\$ 583,77	\$ 851,47	\$ 9.903,24	\$ 825,27
Instructores o Guías	7	\$ 2.240,00	\$ 26.880,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 1.120,00	\$ 2.239,10	\$ 3.265,92	\$37.985,02	\$ 3.165,42
Supervisor de operacion	3	\$ 1.140,00	\$ 13.680,00	\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	\$ 570,00	\$ 1.139,54	\$ 1.662,12	\$19.331,66	\$ 1.610,97
Auxiliar de enfermeria	2	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 300,00	\$ 599,76	\$ 874,80	\$10.174,56	\$ 847,88
<b>TOTAL</b>	15	\$ 5.014,00	\$ 60.168,00	\$ 5.014,00	\$ 5.014,00	\$ 2.507,00	\$ 5.011,99	\$ 7.310,41	\$ 85.025,41	\$ 7.085,45

Elaborado por: La autora

**6.5 Ingresos Mensuales**

**Tabla 9 Ingresos Mensuales**

RUBROS	PRECIO	ENE - MAR	ABR - JUN	JUL - SEP	OCT - DIC	CANTIDADES	TOTAL
<b>CUERDAS ALTAS</b>	\$8	2450	728	1840	1380	6398	<b>\$51184</b>
<b>CANOPPY</b>	\$8	2450	728	1840	1380	6398	<b>\$51184</b>
<b>ROCODROMO</b>	\$5	2760	364	1472	736	5332	<b>\$26660</b>
<b>TOTAL</b>	\$21	7660	1820	5152	3496	<b>18128</b>	<b>\$129028</b>

Elaborado por: La autora

## 6.6 Ingresos Anuales

<b>INFLACION PRECIO</b>	4,40%
<b>INCREMENTO PORCENTUAL CANTIDADES</b>	4,40%

**Tabla 10 Ingresos Anuales**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>CUERDAS ALTAS</b>	\$ 51.184,00	\$ 55.787,28	\$ 60.804,57	\$ 66.273,09	\$ 72.233,43
<b>CANOPY</b>	\$ 51.184,00	\$ 55.787,28	\$ 60.804,57	\$ 66.273,09	\$ 72.233,43
<b>ROCODROMO</b>	\$ 26.660,00	\$ 29.057,69	\$ 31.671,03	\$ 34.519,39	\$ 37.623,93
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 129.028,00</b>	<b>\$ 140.632,26</b>	<b>\$ 153.280,17</b>	<b>\$ 167.065,57</b>	<b>\$ 182.090,78</b>

**Elaborado por:** La autora

## 6.7 Presupuesto de Gastos Generales Mensual

**Tabla 11 Gastos Generales Mensuales**

DESCRIPCIÓN	CANT	CTO UNIT	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
<b>Gastos de Administración</b>		<b>\$ 3.677,41</b>	<b>\$ 3.627,41</b>	<b>\$ 2.627,41</b>	<b>\$ 2.677,41</b>	<b>\$ 2.627,41</b>	<b>\$ 2.627,41</b>	<b>\$ 2.677,41</b>	<b>\$ 2.627,41</b>	<b>\$ 2.627,41</b>	<b>\$ 2.677,41</b>	<b>\$ 2.627,41</b>	<b>\$ 2.627,41</b>	<b>\$ 2.677,41</b>	<b>\$ 32.728,92</b>
Sueldo Administrador	1	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 7.181,10
Sueldo Cajero	2	\$ 776,62	\$ 776,62	\$ 776,62	\$ 776,62	\$ 776,62	\$ 776,62	\$ 776,62	\$ 776,62	\$ 776,62	\$ 776,62	\$ 776,62	\$ 776,62	\$ 776,62	\$ 9.319,47
Sueldo Auxiliar de enfermería	2	\$ 797,90	\$ 797,90	\$ 797,90	\$ 797,90	\$ 797,90	\$ 797,90	\$ 797,90	\$ 797,90	\$ 797,90	\$ 797,90	\$ 797,90	\$ 797,90	\$ 797,90	\$ 9.574,80
Servicios Básicos	1	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Uniformes	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	\$ 1.000,00
Mantenimiento	1	\$ 50,00	-	-	\$ 50,00	-	-	\$ 50,00	-	-	\$ 50,00	-	-	\$ 50,00	\$ 200,00
Materiales de limpieza	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Suministros de Oficina	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Dep. Equipo en general	1	\$ 61,99	\$ 61,99	\$ 61,99	\$ 61,99	\$ 61,99	\$ 61,99	\$ 61,99	\$ 61,99	\$ 61,99	\$ 61,99	\$ 61,99	\$ 61,99	\$ 61,99	\$ 743,85
Dep. Muebles de Oficina	1	\$ 3,38	\$ 3,38	\$ 3,38	\$ 3,38	\$ 3,38	\$ 3,38	\$ 3,38	\$ 3,38	\$ 3,38	\$ 3,38	\$ 3,38	\$ 3,38	\$ 3,38	\$ 40,50
Dep. Equipos de Computación	1	\$ 34,50	\$ 34,50	\$ 34,50	\$ 34,50	\$ 34,50	\$ 34,50	\$ 34,50	\$ 34,50	\$ 34,50	\$ 34,50	\$ 34,50	\$ 34,50	\$ 34,50	\$ 414,00
Dep. Mobiliario	1	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 25,20
Dep. Edificios	1	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 1.350,00
Amortización	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
<b>Gastos de Ventas</b>		<b>\$ 500,00</b>	<b>\$ 6.000,00</b>												
Publicidad	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
<b>Gastos Financieros</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ 373,75</b>	<b>\$ 367,36</b>	<b>\$ 360,91</b>	<b>\$ 354,42</b>	<b>\$ 347,87</b>	<b>\$ 341,26</b>	<b>\$ 334,61</b>	<b>\$ 327,90</b>	<b>\$ 321,13</b>	<b>\$ 314,31</b>	<b>\$ 307,44</b>	<b>\$ 300,50</b>	<b>\$ 4.051,45</b>
Intereses	1	\$ -	\$ 373,75	\$ 367,36	\$ 360,91	\$ 354,42	\$ 347,87	\$ 341,26	\$ 334,61	\$ 327,90	\$ 321,13	\$ 314,31	\$ 307,44	\$ 300,50	\$ 4.051,45

Elaborado por: La autora

## 6.8 Presupuesto de Gastos Generales Anual

**Tabla 12 Gastos Generales Anuales**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Gastos de Administración</b>	<b>\$ 32.728,92</b>	<b>\$ 34.515,39</b>	<b>\$ 35.894,43</b>	<b>\$ 36.920,15</b>	<b>\$ 38.423,21</b>
Sueldo Administrador	\$ 7.181,10	\$ 7.630,92	\$ 7.966,68	\$ 8.317,21	\$ 8.683,17
Sueldo Cajero	\$ 9.319,47	\$ 9.903,24	\$ 10.338,98	\$ 10.793,90	\$ 11.268,83
Sueldo Auxiliar de enfermería	\$ 9.574,80	\$ 10.174,56	\$ 10.622,24	\$ 11.089,62	\$ 11.577,56
Servicios Básicos	\$ 480,00	\$ 501,12	\$ 523,17	\$ 546,19	\$ 570,22
Uniformes	\$ 1.000,00	\$ 1.044,00	\$ 1.089,94	\$ 1.137,89	\$ 1.187,96
Mantenimiento	\$ 200,00	\$ 208,80	\$ 217,99	\$ 227,58	\$ 237,59
Materiales de limpieza	\$ 600,00	\$ 626,40	\$ 653,96	\$ 682,74	\$ 712,78
Suministros de Oficina	\$ 1.200,00	\$ 1.252,80	\$ 1.307,92	\$ 1.365,47	\$ 1.425,55
Dep. Equipo en general	\$ 743,85	\$ 743,85	\$ 743,85	\$ 743,85	\$ 743,85
Dep. Muebles de Oficina	\$ 40,50	\$ 40,50	\$ 40,50	\$ 40,50	\$ 40,50
Dep. Equipos de Computación	\$ 414,00	\$ 414,00	\$ 414,00	\$ -	\$ -
Dep. Mobiliario	\$ 25,20	\$ 25,20	\$ 25,20	\$ 25,20	\$ 25,20
Dep. Edificios	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00
Amortización	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
<b>Gastos de Ventas</b>	<b>\$ 6.000,00</b>	<b>\$ 6.264,00</b>	<b>\$ 6.539,62</b>	<b>\$ 6.827,36</b>	<b>\$ 7.127,76</b>
Publicidad	\$ 6.000,00	\$ 6.264,00	\$ 6.539,62	\$ 6.827,36	\$ 7.127,76
<b>Gastos Financieros</b>	<b>\$ 4.051,45</b>	<b>\$ 3.044,21</b>	<b>\$ 1.933,70</b>	<b>\$ 709,34</b>	<b>\$ -</b>
Intereses	\$ 4.051,45	\$ 3.044,21	\$ 1.933,70	\$ 709,34	\$ -

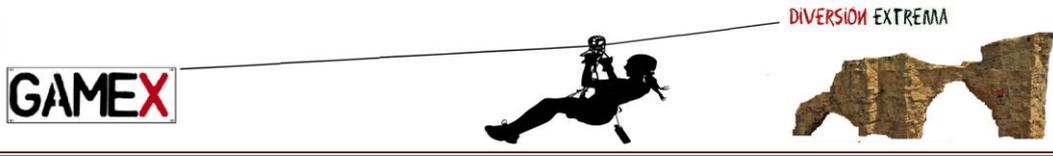
**Elaborado por:** La autora

## 6.9 PRESUPUESTO DE OPERACIONES MENSUAL

**Tabla 13 Costos de Operación Mensual**

MANO DE OBRA DIRECTA	CANT	PAGO MENSUAL	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Instructores o guías	7	\$ 2.978,83	\$ 2.978,83	\$ 2.978,83	\$ 2.978,83	\$ 2.978,83	\$ 2.978,83	\$ 2.978,83	\$ 2.978,83	\$ 2.978,83	\$ 2.978,83	\$ 2.978,83	\$ 2.978,83	\$ 2.978,83	\$35.745,92
Supervisores de operación	3	\$ 1.516,01	\$ 1.516,01	\$ 1.516,01	\$ 1.516,01	\$ 1.516,01	\$ 1.516,01	\$ 1.516,01	\$ 1.516,01	\$ 1.516,01	\$ 1.516,01	\$ 1.516,01	\$ 1.516,01	\$ 1.516,01	\$18.192,12
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>\$ 4.494,84</b>	<b>\$53.938,04</b>												

**Elaborado por:** La autora



## 6.10 Presupuesto de Operaciones Anual

INFLACION	4,40%
-----------	-------

**Tabla 14 Costos de Operación Anual**

MANO DE OBRA DIRECTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Instructores o guias	\$35.745,92	\$ 37.318,74	\$38.960,77	\$40.675,04	\$42.464,74
Supervisores de operacion	\$18.192,12	\$ 18.992,57	\$19.828,25	\$20.700,69	\$21.611,52
<b>TOTAL</b>	<b>\$53.938,04</b>	<b>\$ 56.311,31</b>	<b>\$58.789,01</b>	<b>\$61.375,73</b>	<b>\$64.076,26</b>

Elaborado por: La autora

## 6.11 Fuentes de Financiamiento

**Tabla 15 Fuentes de Financiamiento**

Financiamiento		
Inversionistas	%	Valor
CFN	70	\$ 45.764,85
Accionistas	30	\$ 19.613,51
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>\$ 65.378,35</b>
Inversión Inicial		65378,35
Monto del Crédito		45764,85
Tasa Interés Anual		9,80%
Tasa Interés Mensual		0,82%
Plazo		4
Dividendo		48
<b>Cuota Anual</b>		<b>\$ 14.375,02</b>
<b>Cuota Mensual</b>		<b>\$ 1.156,32</b>

Elaborado por: La autora

### 6.11.1 Amortización de Préstamo Mensual

**Tabla 16 Préstamo Mensual**

PERÍODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 45.764,85	\$ 782,58	\$ 373,75	\$ 1.156,32	\$ 44.982,27
2	\$ 44.982,27	\$ 788,97	\$ 367,36	\$ 1.156,32	\$ 44.193,30
3	\$ 44.193,30	\$ 795,41	\$ 360,91	\$ 1.156,32	\$ 43.397,89
4	\$ 43.397,89	\$ 801,91	\$ 354,42	\$ 1.156,32	\$ 42.595,98
5	\$ 42.595,98	\$ 808,46	\$ 347,87	\$ 1.156,32	\$ 41.787,52
6	\$ 41.787,52	\$ 815,06	\$ 341,26	\$ 1.156,32	\$ 40.972,46
7	\$ 40.972,46	\$ 821,72	\$ 334,61	\$ 1.156,32	\$ 40.150,75
8	\$ 40.150,75	\$ 828,43	\$ 327,90	\$ 1.156,32	\$ 39.322,32
9	\$ 39.322,32	\$ 835,19	\$ 321,13	\$ 1.156,32	\$ 38.487,13
10	\$ 38.487,13	\$ 842,01	\$ 314,31	\$ 1.156,32	\$ 37.645,12
11	\$ 37.645,12	\$ 848,89	\$ 307,44	\$ 1.156,32	\$ 36.796,23
12	\$ 36.796,23	\$ 855,82	\$ 300,50	\$ 1.156,32	\$ 35.940,41
13	\$ 35.940,41	\$ 862,81	\$ 293,51	\$ 1.156,32	\$ 35.077,60
14	\$ 35.077,60	\$ 869,86	\$ 286,47	\$ 1.156,32	\$ 34.207,74
15	\$ 34.207,74	\$ 876,96	\$ 279,36	\$ 1.156,32	\$ 33.330,78
16	\$ 33.330,78	\$ 884,12	\$ 272,20	\$ 1.156,32	\$ 32.446,66
17	\$ 32.446,66	\$ 891,34	\$ 264,98	\$ 1.156,32	\$ 31.555,31
18	\$ 31.555,31	\$ 898,62	\$ 257,70	\$ 1.156,32	\$ 30.656,69
19	\$ 30.656,69	\$ 905,96	\$ 250,36	\$ 1.156,32	\$ 29.750,73
20	\$ 29.750,73	\$ 913,36	\$ 242,96	\$ 1.156,32	\$ 28.837,37
21	\$ 28.837,37	\$ 920,82	\$ 235,51	\$ 1.156,32	\$ 27.916,55
22	\$ 27.916,55	\$ 928,34	\$ 227,99	\$ 1.156,32	\$ 26.988,21
23	\$ 26.988,21	\$ 935,92	\$ 220,40	\$ 1.156,32	\$ 26.052,29
24	\$ 26.052,29	\$ 943,56	\$ 212,76	\$ 1.156,32	\$ 25.108,73
25	\$ 25.108,73	\$ 951,27	\$ 205,05	\$ 1.156,32	\$ 24.157,46
26	\$ 24.157,46	\$ 959,04	\$ 197,29	\$ 1.156,32	\$ 23.198,42
27	\$ 23.198,42	\$ 966,87	\$ 189,45	\$ 1.156,32	\$ 22.231,55
28	\$ 22.231,55	\$ 974,77	\$ 181,56	\$ 1.156,32	\$ 21.256,78
29	\$ 21.256,78	\$ 982,73	\$ 173,60	\$ 1.156,32	\$ 20.274,06
30	\$ 20.274,06	\$ 990,75	\$ 165,57	\$ 1.156,32	\$ 19.283,31
31	\$ 19.283,31	\$ 998,84	\$ 157,48	\$ 1.156,32	\$ 18.284,46
32	\$ 18.284,46	\$ 1.007,00	\$ 149,32	\$ 1.156,32	\$ 17.277,46
33	\$ 17.277,46	\$ 1.015,22	\$ 141,10	\$ 1.156,32	\$ 16.262,24
34	\$ 16.262,24	\$ 1.023,52	\$ 132,81	\$ 1.156,32	\$ 15.238,72
35	\$ 15.238,72	\$ 1.031,87	\$ 124,45	\$ 1.156,32	\$ 14.206,85
36	\$ 14.206,85	\$ 1.040,30	\$ 116,02	\$ 1.156,32	\$ 13.166,54
37	\$ 13.166,54	\$ 1.048,80	\$ 107,53	\$ 1.156,32	\$ 12.117,75

<b>PERÍODO</b>	<b>SALDO CAPITAL</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CUOTA ANUAL</b>	<b>SALDO PRINCIPAL</b>
38	\$ 12.117,75	\$ 1.057,36	\$ 98,96	\$ 1.156,32	\$ 11.060,38
39	\$ 11.060,38	\$ 1.066,00	\$ 90,33	\$ 1.156,32	\$ 9.994,39
40	\$ 9.994,39	\$ 1.074,70	\$ 81,62	\$ 1.156,32	\$ 8.919,68
41	\$ 8.919,68	\$ 1.083,48	\$ 72,84	\$ 1.156,32	\$ 7.836,20
42	\$ 7.836,20	\$ 1.092,33	\$ 64,00	\$ 1.156,32	\$ 6.743,88
43	\$ 6.743,88	\$ 1.101,25	\$ 55,07	\$ 1.156,32	\$ 5.642,63
44	\$ 5.642,63	\$ 1.110,24	\$ 46,08	\$ 1.156,32	\$ 4.532,38
45	\$ 4.532,38	\$ 1.119,31	\$ 37,01	\$ 1.156,32	\$ 3.413,07
46	\$ 3.413,07	\$ 1.128,45	\$ 27,87	\$ 1.156,32	\$ 2.284,62
47	\$ 2.284,62	\$ 1.137,67	\$ 18,66	\$ 1.156,32	\$ 1.146,96
48	\$ 1.146,96	\$ 1.146,96	\$ 9,37	\$ 1.156,32	\$ 0,00

**Elaborado por:** La autora

## 6.12 Estados Financieros Proyectados

### 6.12.1 Estado de Resultados

**Tabla 17 Estado de Resultados**

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>					
Ventas Totales	\$ 129.028,00	\$ 140.632,26	\$ 153.280,17	\$ 167.065,57	\$ 182.090,78
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	\$ 129.028,00	\$ 140.632,26	\$ 153.280,17	\$ 167.065,57	\$ 182.090,78
(-) Costos de Operación	\$ 53.938,04	\$ 56.311,31	\$ 58.789,01	\$ 61.375,73	\$ 64.076,26
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	\$ 75.089,96	\$ 84.320,95	\$ 94.491,15	\$ 105.689,84	\$ 118.014,52
(-) Gastos en Administración	\$ 32.728,92	\$ 34.515,39	\$ 35.894,43	\$ 36.920,15	\$ 38.423,21
(-) Gastos de Ventas	\$ 6.000,00	\$ 6.264,00	\$ 6.539,62	\$ 6.827,36	\$ 7.127,76
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	\$ 36.361,04	\$ 43.541,56	\$ 52.057,11	\$ 61.942,34	\$ 72.463,54
(-) Gastos Financieros	\$ 4.051,45	\$ 3.044,21	\$ 1.933,70	\$ 709,34	-
<b>(=) Utilidad antes de participación a trabajadores</b>	\$ 32.309,59	\$ 40.497,35	\$ 50.123,40	\$ 61.232,99	\$ 72.463,54
(-) 15% Participación a trabajadores 15%	\$ 4.846,44	\$ 6.074,60	\$ 7.518,51	\$ 9.184,95	\$ 10.869,53
<b>(=) Utilidad antes de impuesto a la renta</b>	\$ 27.463,15	\$ 34.422,75	\$ 42.604,89	\$ 52.048,04	\$ 61.594,01
(-) 23% Impuesto a la renta 23%	\$ 6.316,52	\$ 7.573,00	\$ 9.373,08	\$ 11.450,57	\$ 13.550,68
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	\$ 21.146,63	\$ 26.849,74	\$ 33.231,82	\$ 40.597,47	\$ 48.043,33

**Elaborado por:** La autora

## 6.12.2 Balance General

### Tabla 18 Balance General

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Activos Corrientes</b>					
Caja	\$ 47.662,05	\$ 69.338,31	\$ 97.045,47	\$ 130.979,88	\$ 185.567,46
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>\$ 47.662,05</b>	<b>\$ 69.338,31</b>	<b>\$ 97.045,47</b>	<b>\$ 130.979,88</b>	<b>\$ 185.567,46</b>
<b>Activos Fijos</b>					
Edif. E Instalaciones	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
Eq. en general	\$ 8.265,00	\$ 8.265,00	\$ 8.265,00	\$ 8.265,00	\$ 8.265,00
Muebles de oficina	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00
Eq. en computación	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00
Mobiliarios	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00
(-) Depreciación Acumulada	(\$ 2.573,55)	(\$ 5.147,10)	(\$ 7.720,65)	(\$ 9.880,20)	(\$ 12.039,75)
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 37.801,45</b>	<b>\$ 35.227,90</b>	<b>\$ 32.654,35</b>	<b>\$ 30.494,80</b>	<b>\$ 28.335,25</b>
<b>Activos Diferidos</b>					
Gastos de Constitución	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
(-) Amortización Acumulada	(\$ 600,00)	(\$ 1.200,00)	(\$ 1.800,00)	(\$ 2.400,00)	(\$ 3.000,00)
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>\$ 2.400,00</b>	<b>\$ 1.800,00</b>	<b>\$ 1.200,00</b>	<b>\$ 600,00</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 87.863,50</b>	<b>\$ 106.366,21</b>	<b>\$ 130.899,82</b>	<b>\$ 162.074,68</b>	<b>\$ 213.902,71</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>Pasivos Corrientes</b>					
Cuentas por Pagar	-	-	-	-	-
Participación a Trabajadores por Pagar	\$ 4.846,44	\$ 6.074,60	\$ 7.518,51	\$ 9.184,95	\$ 10.869,53
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 6.316,52	\$ 7.573,00	\$ 9.373,08	\$ 11.450,57	\$ 13.550,68
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>\$ 11.162,96</b>	<b>\$ 13.647,61</b>	<b>\$ 16.891,59</b>	<b>\$ 20.635,52</b>	<b>\$ 24.420,21</b>
<b>Pasivo de Largo Plazo</b>					
Préstamo Bancario	\$ 35.940,41	\$ 25.108,73	\$ 13.166,54	-	-
<b>Total Pasivos de Largo Plazo</b>	<b>\$ 35.940,41</b>	<b>\$ 25.108,73</b>	<b>\$ 13.166,54</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 47.103,37</b>	<b>\$ 38.756,34</b>	<b>\$ 30.058,13</b>	<b>\$ 20.635,52</b>	<b>\$ 24.420,21</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Social	\$ 19.613,51	\$ 19.613,51	\$ 19.613,51	\$ 19.613,51	\$ 19.613,51
Utilidad del Ejercicio	\$ 21.146,63	\$ 26.849,74	\$ 33.231,82	\$ 40.597,47	\$ 48.043,33
Utilidades Retenidas	-	\$ 21.146,63	\$ 47.996,37	\$ 81.228,19	\$ 121.825,66
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 40.760,13</b>	<b>\$ 67.609,88</b>	<b>\$ 100.841,69</b>	<b>\$ 141.439,17</b>	<b>\$ 189.482,49</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 87.863,50</b>	<b>\$ 106.366,21</b>	<b>\$ 130.899,82</b>	<b>\$ 162.074,68</b>	<b>\$ 213.902,71</b>

Elaborado por: La autora

### 6.12.3 Flujo de Caja

**Table 19 Flujo de Caja**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>					
<b>Ingresos por ventas</b>	<b>\$ 129.028,00</b>	<b>\$ 140.632,26</b>	<b>\$ 153.280,17</b>	<b>\$ 167.065,57</b>	<b>\$ 182.090,78</b>
<b>(-) Egresos de efectivo</b>	<b>\$ 89.493,41</b>	<b>\$ 104.594,09</b>	<b>\$ 111.353,49</b>	<b>\$ 118.896,53</b>	<b>\$ 127.128,68</b>
Gastos de operación	\$ 53.938,04	\$ 56.311,31	\$ 58.789,01	\$ 61.375,73	\$ 64.076,26
Gastos de administración	\$ 29.555,37	\$ 30.855,81	\$ 32.213,46	\$ 33.630,86	\$ 35.110,61
Gastos de ventas	\$ 6.000,00	\$ 6.264,00	\$ 6.539,62	\$ 6.827,36	\$ 7.127,76
Impuesto a la renta	-	\$ 6.316,52	\$ 7.663,89	\$ 9.467,96	\$ 11.549,63
Participación de trabajadores	-	\$ 4.846,44	\$ 6.147,51	\$ 7.594,62	\$ 9.264,41
<b>(=) FLUJO NETO OPERACIONAL</b>	<b>\$ 39.534,59</b>	<b>\$ 36.038,18</b>	<b>\$ 41.926,67</b>	<b>\$ 48.169,04</b>	<b>\$ 54.962,10</b>
<b>FLUJO DE INVERSIÓN</b>					
<b>Ingresos de efectivo</b>					
Ventas de activos fijos	-	-	-	-	-
<b>(-) Egresos de efectivo</b>					
Compras de activos fijos	-	-	-	-	-
<b>(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>FLUJO DE FINANCIAMIENTO</b>					
<b>Ingresos de efectivo</b>					
PRESTAMOS RECIBIDOS	-	-	-	-	-
<b>(-) Egresos de efectivo</b>					
Pagos de préstamos o principal	\$ 9.824,44	\$ 10.831,68	\$ 11.942,18	\$ 13.166,54	
Pago de intereses	\$ 4.051,45	\$ 3.044,21	\$ 1.933,70	\$ 709,34	
<b>(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO</b>		<b>(\$ 13.875,89)</b>	<b>(\$ 13.875,89)</b>	<b>(\$ 13.875,89)</b>	
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>(\$ 65.378,35)</b>	<b>\$ 22.162,29</b>	<b>\$ 28.050,79</b>	<b>\$ 34.293,15</b>	<b>\$ 54.962,10</b>

Elaborado por: La autora

## 6.13 Evaluación Financiera

### 6.13.1 VAN

<b>VAN</b>	\$ 42.029,62
------------	--------------

### 6.13.2 TIR

<b>TIR</b>	34,83%
------------	--------

### 6.13.3 B/C

<b>B/C</b>	\$ 0,64
------------	---------

### 6.13.4 Período de Recuperación

<b>PERÍODO DE RECUPERACIÓN</b>	2 años y 7 meses
--------------------------------	------------------

## 6.14 Ratios Financieros

### 6.14.1 Margen Bruto

**Table 20 Margen Bruto**

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>MARGEN BRUTO</b>	Utilidad Bruta/ Ventas = %	28,18%	31,31%	34,29%	37,39%	40,10%

Elaborado por: La autora

### 6.14.2 Margen Neto

**Table 21 Margen Neto**

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>MARGEN NETO</b>	Utilidad Neta / Ventas = %	16,39%	19,32%	21,90%	24,51%	26,59%

Elaborado por: La autora

### 6.14.3 ROA

**Table 22 ROA**

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)</b>	Utilidad Neta / Activo Total = \$	\$ 0,24	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,22

Elaborado por: La autora

### 6.14.4 ROE

**Table 23 ROE**

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)</b>	Utilidad Neta / Capital = \$	\$ 1,08	\$ 1,39	\$ 1,71	\$ 2,09	\$ 2,47

Elaborado por: La autora

## **7 Conclusiones**

El servicio que se ofrece es una nueva tendencia del mercado del turismo en la ciudad de Guayaquil, se obtuvo una buena y agradable respuesta por parte del consumidor por lo que sería satisfactorio realizar el proyecto obteniendo una gran demanda por parte del consumidor.

El parque es un área nacional por lo que se debe intervenir un cuidado ambiental, el desarrollo de deportes o descansar en un ambiente ecológico y familiar es factor crítico para la elección del cliente.

Se ha obtenido resultados satisfactorios considerando un costo bajo en los ingresos, así que será un gran negocio este tipo de actividades.

## **8 Recomendaciones**

Se debe mantener una política de cuidado y conservación ambiental para utilizar la ecología como una estrategia para atraer clientes.

Al realizar el estudio financiero del proyecto, se analizó que se podía elevar los precios de cada actividad para generar mayor utilidad y además en la menor cantidad de años recuperar lo invertido.

Para la realización de este proyecto se recomienda contratar personal especializado ya que de ellos depende el éxito de la empresa.

## 9 Bibliografía

- Acuerdo Interministerial No. 004 (2010). [Documento en pdf] Recuperado de <http://www.fedecguayas.org/uploads/reglamento-bares-escolares.pdf>.
- Adjemian, D.; Bustos, P.; Amigo, H. (2007). Nivel socioeconómico y estado nutricional. Un estudio en escolares. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*. V.57.N2. [Texto en línea]. Recuperado de [http://www.alanrevista.org/ediciones/2007-2/nivel\\_socioeconomico\\_estado\\_nutricional.asp](http://www.alanrevista.org/ediciones/2007-2/nivel_socioeconomico_estado_nutricional.asp)
- Andes (2012, enero 16). Desnutrición, alcoholismo y prevención de embarazos ejes de trabajo en el área social en 2012. Recuperado de <http://andes.info.ec/2009-2011.php/?p=131780>
- Barth, W. (2002). *Nutrición La Base para el Desarrollo*. En: Nutrición y Derechos Humanos. Ginebra.
- Bauman, Z. (1996). Modernidad y ambivalencia. En: *Las consecuencias perversas de la modernidad*. (pp. 73-119). Barcelona: Anthropos.
- Batista, M. (2003). Alimentação, nutrição e saúde. En: Rouquayrol, M. Z.; En Almeida Filho, N. (Ed) *Epidemiologia e saúde*. (pp. 6). [Texto traducido]. Rio de Janeiro: Medsi.
- Beck, U. (1996). Teoría de la sociedad del riesgo. En: *Las consecuencias perversas de la modernidad* (pp. 201- 222). Barcelona: Anthropos.
- Bermúdez, JA., Tejada MJ. Y Granero M. (2004). Obesidad. En: Cañete R., Fernández JM., Martínez-Aedo MJ. Y López-Canti LF. (Ed). *Manual de Endocrinología Pediátrica para Atención Primaria*. Grupo Andaluz de Endocrinología Pediátrica. Gráficas Letra.
- Blog de Ecuador (2012, junio 25). Alimentos prohibidos y sanos. Recuperado de <http://ecuadorecuatoriano.blogspot.com/2012/06/prohiben-venta-de-comida-chatarra-en.html>
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.

- Caballero B. (2001). Obesidad. En: Tojo R.(Ed). *Tratado de nutrición pediátrica*. Barcelona: Ediciones Doyma S.L.
- Calle, E.; Thun, M.J; Pretrelli, J.; Rodriguez C. y Heath, C. (1999). Body-mass index and mortality in a prospective cohort of U.S. adults. [Texto traducido]. *New England Journal of Medicine*.
- Constitución de la República del Ecuador. (2009). Derechos del buen vivir. En Colección Leyes (Ed). (P.22). Quito: Editorial Jurídica del Ecuador.
- Creswell, J. (2005). *Educational Research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative Research* (2a. Ed). [Texto traducido]. Upper Saddle River: Pearson Educational Inc.
- Diario Hoy (2004, septiembre 12) Altos índices de desnutrición y obesidad. Recuperado de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/altos-indices-de-desnutricion-y-obesidad-185632.html>
- Ebbeling C., Pawlak D., Ludwig D. (2002). Childhood obesity: public-health crisis, common sense cure.
- Franklin, M. (1999). Comparison of weight and height relations in boys from 4 countries. [Suplemento traducido]. *American Journal Clinical of Nutrition*.
- Figueroa, D. (2003). *Padrões alimentares: da teoria à prática*. *Revista de Humanidades*. V. 4, n. 8. [Texto traducido]. Caicó: Mneme.
- Foz M. y Formiguera, X. (1998). *Obesidad*. Madrid: Hacourt Brace.
- García, R. (1995). Métodos, bases científicas y aplicaciones. En: Nutrición y Salud Pública (Ed.), *Historia de la Nutrición en Salud Pública*. (pp. 48-49). Barcelona: Editorial Masson S.A.
- Giddens, A. (1993), *Consecuencias de la modernidad*, Madrid, Alianza.
- Giddens, A. (1994), *Modernidade identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*, Barcelona, Península.
- Grinnel, R. (1997). *Social work research & evaluation: Quantitative and qualitative approaches*. En 5ª (Ed). [Texto traducido]. Itaca: E.E. Peacock Publishers.

- Gutiérrez, D. (2004). *La obesidad en la pobreza: una perspectiva de salud internacional en prevención*. Monterrey.
- Holdago, B.; Martínez, M.; Martínez, A. (2002). Obesidad. En: Martínez, A.; Astiasarán, I.; Madrigal, H. (Ed.), *Alimentación y salud pública*. (pp.189-197). Madrid: McGraw-Hill.
- Las grasas trans y los niños (2010, septiembre 16). Qué sabes de nutrición. Recuperado de <http://quesabesdenutricion.blogspot.com/2010/09/las-grasas-trans-y-los-ninos.html>
- Lowenberg, W. (1970). *Los alimentos y el hombre*. México: Limusa Wiley.
- Martínez, J. Alfredo. (1998). *Fundamentos Teórico- Prácticos de Nutrición y Dietética*. Interamericana. Universidad de Navarra, Madrid España: McGraw-Hill.
- Martinez, R.; Thimke, J.; Acosta, C.; Espejo, F.; Fernández, A.; Espóndola, E.; Flores, L.; Palma, A.; Fuenmayor, G.; Jara, R.; Gutiérrez, R.; Maldonado, R.; Bermudez, K.; Moreno, M.; Carranza, C. (2010) *Análisis del impacto económico de la desnutrición infantil en el Ecuador*. Serie, El costo del hambre. [Documento en pdf.]. Quito, Ecuador. Recuperado de <http://www.educacion.gob.ec/investigacion-i/catalogo-de-investigacion-educativa-del-ministerio-de-educacion.html>
- Maslow A., (1971). *The Farther Reaches of Human Nature*. Tomado de Motivación y Personalidad. Tercera Edición. Ediciones Díaz de Santos S.A. España.
- Mertens, D. (2005). *Research an evaluation in Education and Psychology: Integrating diversity with quantitative, qualitative, and mixed methods* (2a. Ed.) [Texto traducido]. Thousand Oaks: Sage.
- Moncayo, L. M. (2012, febrero 13). La Obesidad en el Ecuador. Fedenador, Federación Deportiva Nacional del Ecuador. Recuperado de [http://www.fedenador.org.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=284:obesidad-en-el-ecuador&catid=52:documentos-dtm&Itemid=98](http://www.fedenador.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=284:obesidad-en-el-ecuador&catid=52:documentos-dtm&Itemid=98)
- Mennell, S.; Murcott, A; Otterloo, A. (1992). "The Sociology of Food: Eating, Diet and Culture". Vol. 40. Current Sociology.
- Paris, M.; Paris, A.; Pérez, I.; Fernandez, C. & Granero, J. (2002). Alimentación en escolares. Necesidad de Programas de Educación para la Salud. *Revista de Enfermería*. No. 15.

- [Texto en línea]. Albacete. Recuperado de [http://www.uclm.es/ab/enfermeria/revista/numero%2015/numero15/alimentaci%F3n\\_en\\_escolares.htm](http://www.uclm.es/ab/enfermeria/revista/numero%2015/numero15/alimentaci%F3n_en_escolares.htm)
- Poulain, J. (2002). *Sociologies de l'alimentation*,. [Texto traducido]. Presses Universitaires de France. París.
- Peña, M.; Bacallao, J. (2001). La obesidad y sus tendencias en la región. *Revista Panamericana Salud Pública*. V.10, n.2, p.75-78. Washington, DC.
- Popkin, B. (1998). The nutrition transition and its implications in lower-income countries. *Public Health Nutrition*. V.1, p.5-21 [Texto traducido]. Cambridge.
- Popkin, B. (2000). *Lograr la seguridad alimentaria y nutricional urbana en el mundo en desarrollo*. La urbanización y la transición nutricional. Washington, DC.
- Popkin, B. (2001). The nutrition transition and obesity in the developing world. En: *Journal of Nutrition*. V.131, p.871S-873S. [Suplemento traducido]. Oxford.
- Restrepo, S. (2003) *La alimentación y la nutrición del escolar : una mirada a la vida cotidiana. Escuela Tomas Carrasquilla. Medellín*. (Tesis de Maestría en Salud Colectiva, Universidad de Antioquia). Recuperado de <http://tesis.udea.edu.co/dspace/handle/10495/165>
- Serra LL., Ribas L., Ngo J., Ortega RM., Pérez C. y Aranceta J (2002). Alimentación, jóvenes y dieta mediterránea en España. Desarrollo del KIDMED, índice de calidad de la dieta mediterránea en la infancia y la adolescencia. En Serra LL. y Aranceta J. (Ed). *Alimentación infantil y juvenil*. Estudio enkid. Barcelona: Masson.
- Solano, L.; Barón, M.; Del Real, S. (2005). Situación nutricional de preescolares, escolares, y adolescentes de Valencia, Carabobo, Venezuela. *Anales Venezolanos de Nutrición*. V.18 n.1. [Texto en línea]. Recuperado de [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S0798-07522005000100014&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S0798-07522005000100014&script=sci_arttext)
- Steinbeck, K. (2001). The importance of physical activity in the prevention of overweight and obesity in childhood: a review and an opinion. [Texto traducido]. *Obesity Review*.

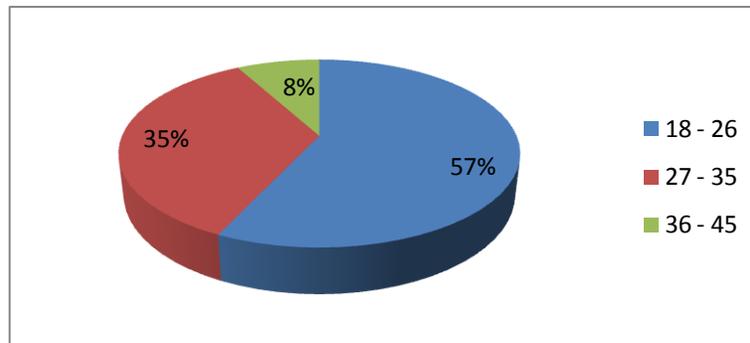
- Teddlie, C. & Tashakkori, A. (2003). Major Issues and Controversies in the Use of Mixed Methods in the Social and Behavioral Studies. En A. Tashakkori, y C. Teddlie (Eds). *Handbook of Mixed Methods in the Social & Behavioral Research*. (pp. 3-50). [Texto traducido]. Thousand Oaks: Sage.
- Valtueña, S; Arija, V; y Salas-Salvadó, J (1996). Estado actual de los métodos de evaluación de la composición corporal: descripción, reproducibilidad, precisión, ámbito de aplicación, seguridad, coste y perspectivas de futuro. *Medicina Clínica*.
- Warde, A. (1997). *Consumption, Food and Taste*. [Texto traducido]. Londres: Sage Publications.
- Whitaker, R.; Wringht, J; Pepe, S; Seidel, K; Dietz, W. (1997). Predicting obesity in young adulthood from childhood and parental obesity. [Texto traducido]. *New England Journal of Medicine*.
- Williams, M.; Unrau, Y. & Grinnell, R. (2005). The qualitative research approach. En R.M. Grinnell y Y.A. Unrau (Eds.) *Social Work: Research and evaluation. Quantitative and qualitative approaches* (7ª. Ed.) (pp.75-87). [Texto traducido]. New York: Oxford University Press.
- Yeste D., Garcia NI., Del Río L., Gussinyé M. y Carrascosa A (2000); Estudio de la composición corporal por desitometría de doble energía (DEXA) versus antropometría. *Anales españoles de pediatría*.

## 10 Anexos

### 10.1 ANEXO 1 - Tabulaciones

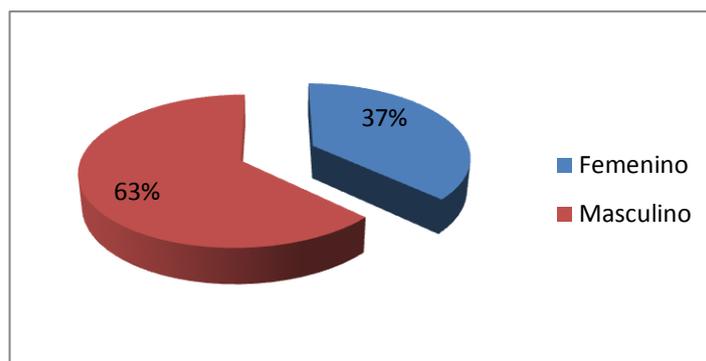
#### PERSONAS POR EDADES

Edad	N. de Personas	Porcentajes
18 - 26	219	57%
27 - 35	134	35%
36 - 45	31	8%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



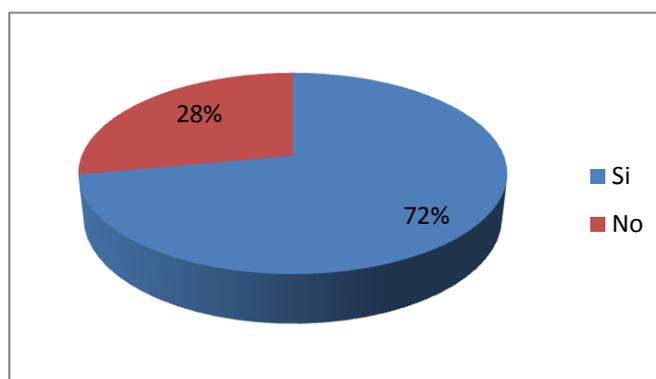
#### SEXO

Sexo	N. de Personas	Porcentajes
Femenino	142	37%
Masculino	242	63%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



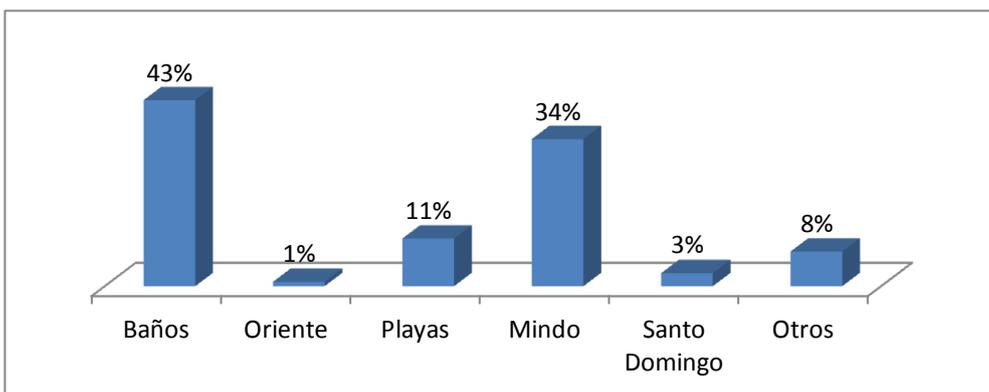
**1. Ha realizado o práctica deportes extremos?**

Opciones	N. Respuestas	Porcentajes
Si	276	72%
No	108	28%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



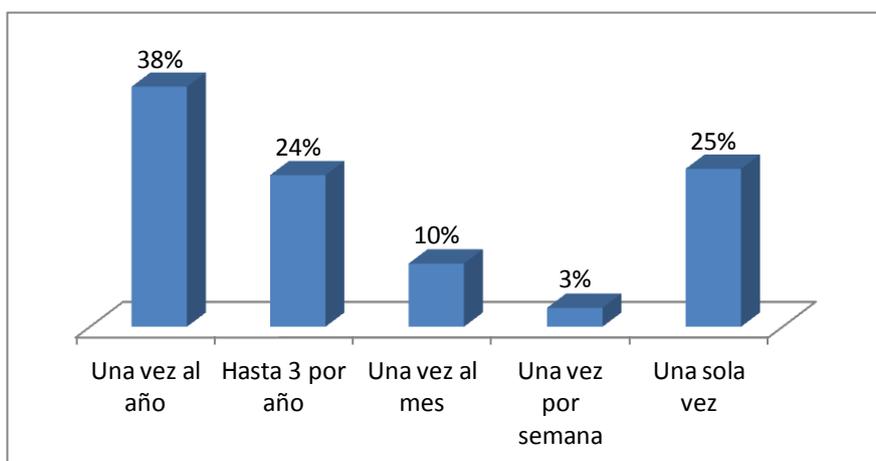
**2. Identifique en cuál de los siguientes lugares, ha realizado deportes extremos?**

Opciones	N. de Respuestas	Porcentajes
Baños	119	43%
Oriente	3	1%
Playas	30	11%
Mindo	94	34%
Santo Domingo	8	3%
Otros	22	8%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>



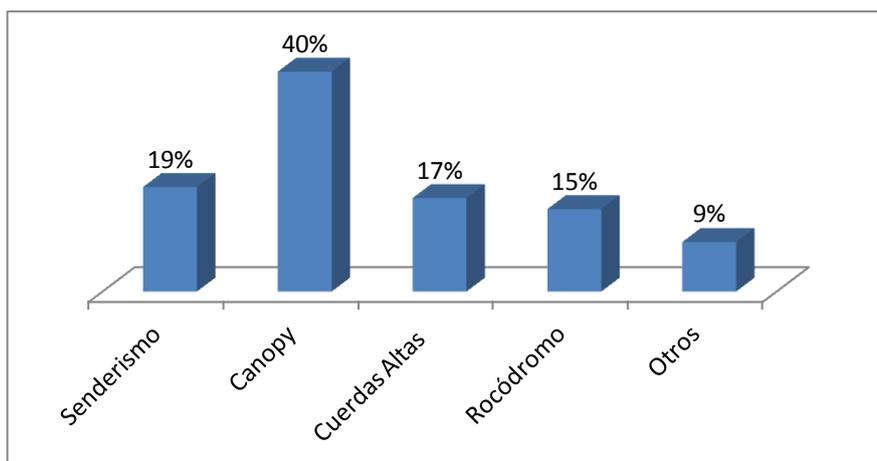
### 3. Con qué frecuencia ha realizado este tipo de actividades?

Opciones	N. de Respuestas	Porcentajes
Una vez al año	105	38%
Hasta 3 por año	66	24%
Una vez al mes	28	10%
Una vez por semana	8	3%
Una sola vez	69	25%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>



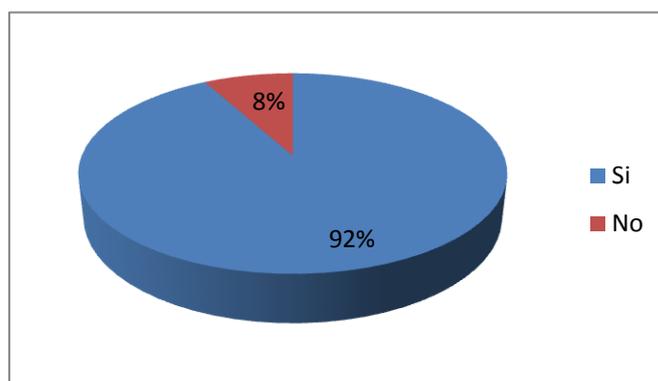
### 4. Cuáles son los deportes extremos que ha realizado?

Opciones	N. de Respuestas	Porcentajes
Senderismo	53	19%
Canopy	110	40%
Cuerdas Altas	47	17%
Rocódromo	41	15%
Otros	25	9%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>



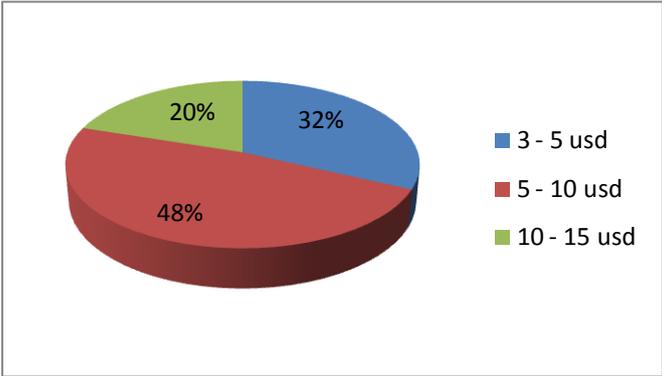
5. Le gustaría que las actividades de deportes extremos que se mencionaron anteriormente sean implementadas en el sendero?

Opciones	N. de Respuestas	Porcentajes
Si	353	92%
No	31	8%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



6. Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por realizar las actividades de deportes extremos?

Opciones	N. de Respuestas	Porcentajes
3 - 5 usd	123	32%
5 - 10 usd	184	48%
10 - 15 usd	77	20%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>





4. ¿Cuáles son los deportes extremos ha realizado anteriormente?

\_\_\_ Canopy

\_\_\_ Cuerdas altas

\_\_\_ Rocódromo

\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

5. ¿Le gustaría que las actividades de deportes extremos que se mencionaron anteriormente sean implementadas en el sendero?

SI

NO

6. ¿Hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por realizar las actividades de deportes extremos?

\_\_\_ 3-5 usd

\_\_\_ 5-10 usd

\_\_\_ 10 – 15 usd

## ENCUESTA 1

La encuesta que se realizará a continuación tiene como objetivo conocer si es de su agrado la idea de implementar un circuito de actividades de deportes extremos en el sendero del Área Nacional de Recreación los Samanes, además conocer cual deporte extremo le agradaría realizar.

Gracias por su colaboración.

### ENCUESTA

EDAD: 21

SEXO:  F  M

1. ¿Ha realizado o practica deportes extremos?

SI  NO

2. Identifique en cuál de los siguientes lugares mencionados, usted ha realizado deportes extremos.

- Baños
- Oriente
- Playas
- Mindo
- Santo Domingo
- Otros \_\_\_\_\_

3. ¿Con qué frecuencia ha realizado este tipo de actividades?

- Una vez al año
- Hasta 3 por año
- Una vez al mes
- Una vez por semana
- Una sola vez

4. ¿Cuáles son los deportes extremos ha realizado anteriormente?

- Canopy
- Cuerdas altas
- Rocódromo
- Otros \_\_\_\_\_

5. ¿Le gustaría que las actividades de deportes extremos que se mencionaron anteriormente sean implementadas en el sendero?

SI

NO

6. ¿Hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por realizar las actividades de deportes extremos?

3-5 usd

5-10 usd

10 – 15 usd