



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO**

LICENCIADA EN GESTION EMPRESARIAL

TÍTULO DEL PROYECTO

**ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD DE UN CENTRO
RECREACIONAL EN LA CDLA. SAN MIGUEL (MILAGRO)**

**Autor(a): CASTRO PATARON ESTHER KARINA
CALERO ARANA MIRIAN PETRA**

MILAGRO, SEPTIEMBRE 2010

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por la Srta. Karina Castro, Mirian Calero para optar al título de Licenciada en Gestión Empresarial y que aceptaron las tutorías las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, 02 de septiembre del 2010

Ec. José Díaz

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, 02 de septiembre del 2010

Karina Castro

C.I :092360631-3

Mirian Calero

C.I :

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciado en “Gestión Empresarial” otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de esfuerzo y dedicación a mis abuelitos Leonidas y Esther que creyeron en mi, y que han sido una luz , de amor y esperanza en mi vida. , gracias a sus ejemplos y consejos recibidos que me inculcaron desde mi infancia, sirvieron para crecer y desarrollarme por lo cual hice posible esta dedicación de estudiar y la responsabilidad para poder llegar a la etapa final de mi carrera universitaria.

Dedico también este trabajo a mi padres y hermanos,Marjorie,Yadira y Marcos Alberto que me dieron todo su apoyo, en todo momento de mi vida,los quiero un mundo.

Y finalmente dedico este esfuerzo a DIOS que me ha regalado la gracia de la sabiduria e inteligencia de poder llegar con bien a esta etapa profesional de mi vida...

¡GRACIAS DIOSITO!!!

Muchas Gracias...

Srta.Karina Castro

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento de manera muy especial a nuestro señor todo poderoso jesucristo, por su iluminación y guía en los senderos de mi vida.

También quiero agradecerle a mis padres, Emilio,Olga por ser un pilar fundamental en mi formación profesional, de igual manera a mis abuelitos,Leonidas,Esther, Tios, por ser esa luz que desde el comienzo supieron guiarme,brindándome todo el apoyo y cariño. a mis sobrinos, Josue,Jean Carlos ,que con cada sonrisa me demuestran su amor incondicional y me daban fuerzas para seguir. a mis primos por estar en los buenos y malos momentos brindandome su apoyo y cariño.

Y a mis queridos y recordados profesores que con sus sabios conocimientos supieron formarme para ser una persona útil a esta sociedad .

Por últimos también quiero agradecer a todas aquellas personas: tales como amigos, compañeros de trabajo y seres muy importantes en mi vida.

Muchas Gracias...

Srta.Karina Castro

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Doctor.

Rómulo Minchala Murillo

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue Creación de un “Centro Recreacional” en la Cdla. San Miguel(Milagro) y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales

Milagro, 02de septiembre del 2010

Karina Castro

C.I :092360631-3

Mirian Calero

C.I :

INDICE GENERAL

CAPÍTULO I

1.1	Planteamiento del Problema	1
1.1.1	Formulación del Problema	1
1.1.2	Delimitación del objeto de investigación	2
1.1.3	Formulación del Problema	2
1.1.4	Determinación del Tema	3
1.1.5	Sistematización del Problema	3
1.2	Objetivos	
1.2.1	Objetivo General	3
1.2.2	Objetivos Específicos	4
1.3	Justificación	4
1.3.1	Justificación de la investigación considerando importancia y viabilidad técnica – económica	4

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1	Antecedentes Investigativos	6
2.2	Fundamentación Filosófica	10
2.3	Fundamentación Científica de Variables	11
2.4	Fundamentación Legal	12
2.5	Hipotesis General	14

CAPÍTULO III

METODOLOGIA

3.1	Modalidad de la Investigación	16
3.2	Tipos de Investigación	16
3.3	Población y Muestra	17
3.4	Operacionalización de Variables	18
3.5	Técnicas e Instrumentos Utilizados	19

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1	Interpretación de Datos	20
4.2	Verificación de hipótesis	22
4.3	Análisis de la Demanda	28

PROPUESTA

5.1	Información General	33
5.1.1	Antecedentes	33
5.1.2	Objetivos	34
5.1.3	Ubicación del Proyecto	34
5.2	La Empresa	35
5.2.1	Misión, Visión y Objetivos de la empresa	35
5.2.2	Marco Legal	36
5.2.3	Personal	39
5.2.4	Requerimiento de Personal	39
5.2.5	Organigrama	50
5.2.6	Descripción de Funciones	53
5.3	Análisis del Mercados	59
5.3.1	Modelo des 5 Fuerzas Competitivas de Porter	59
5.3.2	Análisis Foda	60
5.3.3	Composicion del Mercado	63
5.3.4	Marketing Mix	63

5.4	ESPECIFICACION DEL PROYECTO	66
5.4.1	Localización y Tamano	66
5.4.2	Capacidad	67
5.4.3	Distribución de Maquinaria y equipo	67
5.4.4	Procedimiento	68
5.5	EVALUACION FINANCIERA	
Inversión Inicial		75
Edificación e Ingeniería		76
Decoración e Iluminación		77
Depreciación		78
Mantenimiento e Instalación		79
Manejo y Suministro		80
Plan de depreciación		82
Prestamo		83
Nomina		84
Ventas		86
Costos		96
Balance General		106
Estado de Resultados		107
Estado de Superavit		108
Flujo de Caja		109
VAN		110
TRP		111
TIR		112
Punto de Equilibrio		113

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Principal Actividad Económica de la población Masculina	9
Cuadro 2. Principales Actividades Económicas de la Población Femenina de Milagro	9
Cuadro 3. Interpretación de datos de los encuestados	20
Cuadro 4. Interpretación de datos de los encuestados	21
Cuadro 5. Demanda de los centros recreacionales	28
Cuadro 6 . Demanda de los centros recreacionales existentes en Milagro	29
Cuadro 7. Nivel de seguridad	30
Cuadro 8. Para que debe crearse un centro receacional	31
Cuadro 9. Lugar de recreación	31
Cuadro 10. Funcion del cargo del Administrador	40
Cuadro 11. Funcion del cargo Asistente del Administrador	41
Cuadro 12. Funcion del cargo Gerente de Marketing	42
Cuadro 13. Funcion del cargo Auditor	43
Cuadro 14. Funcion del cargo Cajero	44
Cuadro 15. Funcion del cargo Supervisor	45
Cuadro 16. Funcion del cargo Limpieza y Mantenimiento	46
Cuadro 17. Funcion del cargo Personal de Servicio	47
Cuadro 18. Funcion del cargo Seguridad	48
Cuadro 19. Funcion del cargo Guías	49
Cuadro 20. Descripción del Administrador	53
Cuadro 21. Descripción del Asistente del Administrador	54
Cuadro 22. Descripción del Gerente de Marketing	55
Cuadro 23. Descripción del Auditor	56
Cuadro 24. Descripción de Caja	57
Cuadro 25. Descripción del Supervisor	58
Cuadro 26. Procedimientos del Administrador	68
Cuadro 27. Procedimientos del Asistente del Administrador	69
Cuadro 28. Procedimientos del Gerente de Marketing	70
Cuadro 29. Procedimientos del Auditor	71
Cuadro 30. Procedimientos de Caja	72

INDICE DE FIGURA

Figura 1. Plano de localización del Centro Recreacional	35
Figura 2. Analisis Foda	60
Figura 3. Centro Recreacional	62
Figura 4. Centro Recreacional	62
Figura 5. Bar Restaurant del Centro Recreacional	64
Figura 6. Sala de eventos	64
Figura 7. Mapa de localización de acceso a Milagro	66

RESUMEN

Es necesario revisar cada una de las problemáticas antes expuestas y poder definir que la pobre atención desde los gobiernos seccionales de turno no ha impulsado el desarrollo de inversiones privadas para el crecimiento y desarrollo de nuestra ciudad. Milagro cuenta con una gran diversidad de recursos sin explotar y de en especial medida sus potencial humano y el turismo, de allí que poco a poco las familias más antiguas ven con poca tranquilidad el ritmo de crecimiento que llevamos y las pocas oportunidades para las necesidades motivacionales del ser humano.

Milagro es una ciudad con espacios verdes en su mayoría y no se les ha dado un uso y exploración adecuada a sus linderos, de esto nace una propuesta de inversión conjugando esfuerzo de emprendedores, de tenedores de tierras ociosas y del sistema financiero para hacer realidad un proyecto que aumentaría la capacidad de empleo y eliminación rutinaria del estrés, ofreciendo alternativas más incluyentes y que aumente la integración social. Dada las ventajas comparativas de nuestra ciudad sumadas a nuestras ventajas competitivas del proyecto, la viabilidad del mismo se hace plenamente visible, después de haber realizado pruebas de sensibilidad a los posibles escenarios y a la rigurosa prueba de indicadores que manifiestan una recuperación de inversiones satisfactorias, haciendo realizable el sueño de todos los participantes en el mismo.

El mercado milagreño no está especializado y por lo tanto nos deja un espacio para la preparación del mismo, de esta manera se forman estrategias alrededor de la población más joven que es la mayoría de los habitantes y llegando bajo publicidades segmentadas a los demás grupos de tal forma que se forme una integralidad del negocio y abrir espacios para el desarrollo del sector turístico a pocas horas de la península y de la sierra. El escenario es propicio para vender momentos de esparcimiento y de contribuir a la olvidada inversión pública bajo condiciones de cooperación y facilidades para la promoción del negocio a través de los programas de turismo interno que se tenga en la planificación administrativa de la ciudad. La evaluación social del proyecto nos habla de un amplio beneficio para la colectividad milagreña y por eso se hace necesario considerarlo como parte de uno de los proyectos más desarrolladores de fuentes de ingresos para la ciudad y de promoción urbana de esta región.

INTRODUCCIÓN

Un Centro Recreacional puede convertirse en la actividad exportadora de servicios que mayor ganancia genere en la Ciudad de Milagro, si es bien administrada y explotada, además toda inversión que se de en este sector será beneficiosa siempre y cuando no exista o se trate de evitar la sobre explotación y contaminación de áreas naturales.

Las oportunidades para el desarrollo de inversiones y negocios en el mismo son múltiples, ya que cuenta con una diversidad de sistemas naturales que son de gran interés y atractivo para los ciudadanos de los países desarrollados.

Por lo tanto, el presente proyecto propone como una alternativa al desarrollo de la Ciudad de Milagro, a la creación de un “**CENTRO RECREACIONAL**” en la ciudadela San Miguel, ya que siendo esta la ciudadela mas poblada no se le de tanta importancia.

En este trabajo analizaremos el entorno que se desarrollará el proyecto, seguido por un estudio de mercado donde se realizaron encuestas para ver el comportamiento del consumidor y sus necesidades. Luego se realizará la mezcla de mercado, en el se muestra los servicios a ofrecer, precios y la manera de cómo llegar a los consumidores. Y finalmente se realizara un Estudio Financiero del proyecto para ver la rentabilidad que este ofrece.

CONCLUSIONES

Es necesario revisar cada una de las problemáticas antes expuestas y poder definir que la pobre atención desde los gobiernos seccionales de turno no ha impulsado el desarrollo de inversiones privadas para el crecimiento y desarrollo de nuestra ciudad. Milagro cuenta con una gran diversidad de recursos sin explotar y de en especial medida sus potencial humano y el turismo, de allí que poco a poco las familias más antiguas ven con poca tranquilidad el ritmo de crecimiento que llevamos y las pocas oportunidades para las necesidades motivacionales del ser humano.

Milagro es una ciudad con espacios verdes en su mayoría y no se les ha dado un uso y exploración adecuada a sus linderos, de esto nace una propuesta de inversión conjugando esfuerzo de emprendedores, de tenedores de tierras ociosas y del sistema financiero para hacer realidad un proyecto que aumentaría la capacidad de empleo y eliminación rutinaria del estrés, ofreciendo alternativas más incluyentes y que aumente la integración social.

Dada las ventajas comparativas de nuestra ciudad sumadas a nuestras ventajas competitivas del proyecto, la viabilidad del mismo se hace plenamente visible, después de haber realizado pruebas de sensibilidad a los posibles escenarios y a la rigurosa prueba de indicadores que manifiestan una recuperación de inversiones satisfactorias, haciendo realizable el sueño de todos los participantes en el mismo.

El mercado milagreño no está especializado y por lo tanto nos deja un espacio para la preparación del mismo, de esta manera se forman estrategias alrededor de la población más joven que es la mayoría de los habitantes y llegando bajo publicidades segmentadas a los demás grupos de tal forma que se forme una integralidad del negocio y abrir espacios para el desarrollo del sector turístico a pocas horas de la península y de la sierra.

El escenario es propicio para vender momentos de esparcimiento y de contribuir a la olvidada inversión pública bajo condiciones de cooperación y facilidades para la promoción del negocio a través de los programas de turismo interno que se tenga en la planificación administrativa de la ciudad. La evaluación social del proyecto nos habla de un amplio beneficio para la colectividad milagreña y por eso se hace necesario considerarlo como parte de uno de los proyectos más desarrolladores de fuentes de ingresos para la ciudad y de promoción urbana de esta región.

RECOMENDACIONES

Se recomienda analizar cada una de las variables aquí detalladas en el proyecto y de las fuentes de financiamiento que se tendrán para medir la factibilidad, apalancamiento y aplicación real del mismo para una vida económica de más allá de los cinco años de evaluación.

Este proyecto es atractivo para inversionistas dado que los valores de retorno superarán a la tasa de préstamo y por tanto es recomendable poner a consideración los rubros que hacen posible los flujos de financiamiento operativo de tal manera que se corrobore la sustentabilidad económica del mismo.

Todos los indicadores nos hablan de un proyecto viable y económicamente rentable, es así que los interesados podrían formar estrategias alrededor no solamente en el proyecto como inversores directos sino también como parte de las otras inversiones complementarias que completen el escenario propicio para el recibimiento del turismo interno y el turismo venido desde los lugares más cercanos para el desarrollo conjunto de la zona noreste de Milagro y población en general.

BIBLIOGRAFIA

- Anuario Estadístico de Migración Internacional INEC.
- Dillon, Madden, Firtlen, La investigación de mercado Tercera edición de mercado en torno de marketing.
- Sapag Chain Nassen, Sapag Chain Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos, Tercera edición, Ms Graw-Hill.
- Fundación José Peralta, Ecuador su realidad. Edición actualizada 2000-2001
- Revista económica Gestión
- Dillon William R. Maden Tomás J. Firtle Neil, La Investigación de mercado Entorno de Marketing Tercera Edición Mc Graw-Hill
- Dessler Gary, Administración de Recursos Humanos

Direcciones Electronicas

- www.historiademilagro.com
- www.turismomilagro.com
- www.vivecuador.com
- www.turismoguayas.com
- www.parquehistorico.com
- www.vivecuador.com
- www.word-tourism.org/español/index.htm
- www.word-tourism.org

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Formulación del Problema

Los lugares de recreación de acceso masivo son escasos en la ciudad de Milagro, y los pocos existentes no reciben el mantenimiento permanente, en algunos casos las condiciones de los mismos no resultan atractivos y en las temporadas vacacionales permanecen normalmente cerrados, haciendo que no se satisfagan las necesidades de esparcimiento de las familias de manera ordenada y sin el propicio ambiente de tranquilidad y comodidad para la distracción.

Además por la falta de programas municipales de desarrollo cultural y urbanístico no se ha tomado en cuenta la poca integración y recreación familiar y las facilidades geográficas posibles para la inversión privada en la ciudad de Milagro.

Esta ciudad nos demuestra la falta de programas de desarrollo urbanístico, turístico, cultural, integración y esparcimiento familiar y que será investigada de tal manera que se pueda identificar cómo mejorar, revisando el comportamiento de las personas, sus prácticas de consumo, salidas familiares, salidas individuales, la inclinación a las prácticas deportivas, la calidad de su diversión, etc.

Los elementos de familia se divierten por separado, buscando alternativas de distracción como video juegos, salas de billar, bares, discotecas, visitas a canchas deportivas de otros sectores, natación en el río, exagerada atención a la música y videos, cargandose de un alto grado de pérdida de formación cultural, social, y deportiva. La falta de programas y proyectos de integración de servicios de

distracción familiar hace que estas familias sientan la pérdida de la autoestima y el abandono obligado por parte de quienes pudieran estar en la capacidad de montar un espacio turístico y recreacional en sus alrededores.

1.1.2 Delimitación del Objeto de Investigación

Espacio

País : Ecuador
Región : Costa
Ciudad: Milagro
Sector: Este
Parroquia: Ernesto Seminario
Zona: 2

Tiempo

Nuestra investigación está basada en conocimientos científicos ya que las encuestas realizadas reflejan que el sector donde se va a realizar nuestro proyecto tendrá una aceptación favorable (Cdla San Miguel 100 camas)

Universo

El número de habitantes que tiene la ciudad de Milagro es 200.000, aproximadamente.

Muestra

Los elementos de muestra serán seleccionados en los habitantes de la ciudad de Milagro y sus alrededores como alto índice de influencia, que tendría nuestro proyecto, en la Cdla san miguel 100 camas.

1.1.3 Formulación del Problema

¿Que factores de integración y de cultura familiar se están afectando por la falta de un centro de recreación, de prácticas deportivas y de esparcimiento familiar en la zona este de Milagro?

1.1.4 Determinación del Tema

Análisis de la viabilidad de un centro recreacional en la ciudadela San Miguel (Milagro)

1.1.5 Sistematización del Problema

¿En qué medida el incremento habitacional en la ciudad de Milagro (Cdla San Miguel) hacen sentir la necesidad de un centro de recreación deportiva y esparcimiento familiar?

¿De qué forma se visualiza la falta de desarrollo urbanístico, falta de formación cultural y la poca promoción turística interna a lugares de esparcimiento familiar en la ciudad de Milagro?.

¿En qué medida los elementos de una familia buscan la diversión por separado alejados de la integración familiar?

¿En qué medida la falta de un lugar de esparcimiento deportivo recreacional y familiar en la zona este de Milagro (Cdla San Miguel) permite el desarrollo de negocios alternativos pero de prácticas socialmente poco deseables?

¿De qué manera la falta de alternativas de sana distracción han permitido el desarrollo de micro negocios como centros de videojuegos, centros de expendio de bebidas alcohólicas, zonas rosas, y desarrollo de piratería musical y cinematográfica?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Identificar los factores de integración y de cultura familiar que se están afectando en la zona de Milagro por la falta de prácticas deportivas y de esparcimiento, evaluando la viabilidad para la creación de un centro turístico y de recreación familiar en el sitio.

1.2.2 Objetivos Especificos

- Diseñar un plan recreativo a instalarse en un centro de esparcimiento familiar e individual en la (Cdla san miguel) que motive las prácticas culturales y las prácticas deportivas permitiendo socializar sanamente entre sus habitantes bajo un patrón de ocupación espacial eficiente y armónico.
- Contribuir al desarrollo urbanístico del sector Este de Milagro(Cdla san miguel) y a la formación de una cultura turística interna con el fin de brindar mejor calidad de vida entre los habitantes del area de estudio y posibles usuarios del centro recreacional.
- Analizar las posibilidades técnicas y de localización de un centro integral de recreación y esparcimiento familiar, revisando las condiciones de consumo y estrés de los habitantes bajo criterios de sustentabilidad ambiental, social y económica; además de las condiciones normativas y urbanísticas que promueva el gobierno municipal.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación considerando importancia y viabilidad Técnica - Económica

Milagro hoy en día se ha convertido en una ciudad con algunos atractivos turísticos, considerada como la tierra dulce por sus cultivos de caña de azúcar, motivo por el cual hemos realizado un estudio acerca de lo necesario que sería un parque recreacional en el sitio; y que mejor, implementar este proyecto en un sector que muestre todos las bondades de Milagro y que además incentive el aprovechamiento de toda clase de atractivos que pueda contribuir al avance recreativo en beneficio de la cultura, así como la protección de los valores , artísticos y folklóricos del Cantón.

Nuestro grupo ha creído conveniente iniciar una investigación sobre el desarrollo y la evolución turística y cultural de la zona este (Cdla san miguel) , dado que es un sector que ha carecido de explotación de servicios y de centros de recreación, sabiendo que los resultados obtenidos en ese sector haría fácilmente que se extrapole resultados hacia las necesidades de toda la ciudad.

La disponibilidad de terreno en la zona, antes utilizada en su mayoría a la producción agrícola hace pensar en la posibilidad de la instalación de un centro recreacional familiar que alivie las necesidades de esparcimiento y atenúe el impacto de sobrecargado estrés de los otros servicios de distracción y el trabajo diario. El mejoramiento de las vías de acceso al area de estudio facilitan el planteamiento de un proyecto de medianas dimensiones con visión de crecimiento a la par del desarrollo urbanístico y de programas de vivienda serios en la zona. además del contacto más cercano a la naturaleza y las facilidades de conseguir mano de obra barata para la edificación, además del servicio posterior al inicio del proyecto.

El desarrollo industrial y comercial de Milagro permite anticipar la capacidad de consumo de las familias y de las necesidades de servicio de las mismas, llevándonos al compromiso de poder demostrar mediante una investigación seria a la posibilidad de poder captar recursos para el desarrollo del sector turístico familiar en la ciudad de Milagro. Los centros de recreación es una de las actividades económicas que genera empleo y es un gran avance para el mejoramiento de los ingresos en la economía de un país. Además de generar empleo, dinamiza otros sectores productivos, contribuye al descanso y esparcimiento de la población del cantón y el país, que pueda brindar un espacio de ocio, deleite y descanso a todos los habitantes tantos locales como nacionales.

Estas precisiones nos conduce a medir la existencia no sólo del proyecto recreacional, sino tambien de las condiciones socioeconómicas de la comunidad y del comportamiento de los visitantes, en vista de que hoy es un hecho la afluencia de recreacionistas a Milagro y en sus áreas de influencia. El trabajo de investigación tiene como objeto diseñar una propuesta de acondicionamiento recreacional, bajo el enfoque de desarrollo sustentable, y a su vez crear una fuente

generadora de trabajo, la actividad turística beneficia directa o indirectamente a toda la comunidad y, sirve como respuesta a una de las problemáticas sociales, evitando así la migración por falta de la misma. Tomando en cuenta la necesidad del hombre hemos creado espacios para su distracción y la de su familia, pero siempre considerando las bondades ofrecidas por la naturaleza del sector para el desarrollo y beneficio de nuestro proyecto.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

El nombre de Milagro se deriva de una leyenda. La historia cuenta que en 1784, un hombre llamado Miguel de Salcedo llegó a la finca que ahora es Milagro, que en ese momento era parte de Yaguachi.

Su esposa enfermó y comenzó a buscar una cura, pero él no podía encontrar solución alguna. Un día, un indígena de la localidad se le acercó y le dio un montón de hojas y dijo que curen a la mujer. Miguel de Salcedo, tan desesperado pidió se le realice un brebaje y le dieron a su esposa con la esperanza de que se cure.

Sin embargo, Miguel de Salcedo no cree que las hojas habían salvado a su esposa, al contrario pensó que San Francisco de Asís. Todo el mundo pensaba que era un "milagro" (Milagro), y desde ese día que la tierra comenzó a ser llamada Milagro.

San Francisco de Milagro se encuentra ubicada a sur oeste de la República del Ecuador, a 35 kilómetros de la ciudad de Guayaquil. Su extensión es de 330 kilómetros cuadrados, el clima es humedo ardiente y su temperatura media es más o menos homogénea, sus valores van de 23° a 26° C, con extremos máximos absolutos que apenas superan los 38° y que rara vez desciende a los 17°. La temperatura media anual es del orden de 25°C. Su altura máxima es de 13.06 metros sobre el nivel del mar y por todo su territorio atraviesa el río Milagro que tiene 40 kilómetros de extensión hasta su desembocadura en el río Yaguachi.

Distribución geográfica

Milagro tiene una población estable de 200.000 habitantes aproximadamente en total, siendo la urbana 181.090 y la rural de 18.959 cifra que la consideran como una de las ciudades más pobladas de la costa ecuatoriana según proyecciones de la población al 2005 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC). Se distribuye geográficamente en parroquias rurales y urbanas las mismas que son:

Parroquias Rurales

- Roberto Astudillo
- Mariscal Sucre
- Chobo
- Chimbo

Parroquias Urbanas

- Camilo Andrade
- Los Chirijos
- Crnel. Enrique Valdez
- Ernesto Seminario

Los centros recreacionales privados existentes en la ciudad de Milagro han sido diseñados a la medida de necesidades de la población de años anteriores, cuando no sentíamos las variadas ofertas de diversión desmedida o cuando estos servicios no estaban tan desvinculadas de la integración y diversión familiar. La ubicación de los mismos había explotado el atractivo de la cercanía campestre y alejada de los ruidos de la ciudad, permitiendo así la visita de familias de otros lugares que venían a Milagro en busca del sano esparcimiento y desintoxicación de la rutina diaria.

Centros Turísticos en la Ciudad de Milagro

- Centro Recreacional Visaltur
- El Bosque – Centro Turístico
- Rancho Club Oasis
- La Padrera- Centro Recreacional

Centros Turísticos cercanos a la Ciudad de Milagro

- Rey Park – parque acuático
- Aqua Marina- centro turístico

Composición étnica

La mayor parte de la población de la ciudad es mestiza

Estructura socio-económica

En el aspecto económico describimos la integración de la población a la estructura productiva de la ciudad. Para este fin es necesario ver diferentes ámbitos que competen a la economía de una sociedad como lo son: cuantificación y calificación de la fuerza laboral, principales actividades productivas, nivel de empleo y el ingreso familiar.

Población económicamente activa (PEA)

La población económicamente Activa de la ciudad de Milagro, corresponde al 35,41% de la población urbana y al 46,50% de la población en edad de trabajar (PET), de este porcentaje, el 73,18% corresponde a fuerza laboral masculina y el restante 26,82% constituyen la fuerza laboral femenina. Del PEA, el 1,42% corresponde al trabajo infantil de niños y niñas de 5 a 14 años.

www.milagro.gov.ec/introduccion

Principales actividades económicas en la ciudad

La principal actividad económica que la población realiza es la comercial, seguida de la agricultura y ganadería, actividad que demuestra la clara dependencia que tiene un amplio sector de la población urbana en trabajos relacionados con la actividad agropecuaria. El siguiente cuadro muestra las cinco principales actividades económicas en la ciudad de Milagro. El siguiente cuadro muestra las cinco principales actividades económicas de la población masculina de la ciudad de Milagro.

Cuadro 1. Principales Actividades Económicas de la Población Masculina Urbana de Milagro
(% con respecto al PEA Urbana)

ACTIVIDAD	%
Comercio	16,59
Agricultura, ganadería, silvicultura, etc.	12,17
Industrias manufactureras	9,36
Construcción	7,06
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	5,42

Fuente: www.milagro.gov.ec/introduccion

El siguiente cuadro muestra las cinco principales actividades económicas de la población femenina de la ciudad de Milagro.

Cuadro 2. Principales Actividades Económicas de la Población Femenina Urbana de Milagro

ACTIVIDAD	%
Comercio	6,91
Enseñanza	3,84
Actividades comunitarias y sociales	2,44
Servicio Doméstico	2,34
Industria y Manufacturas	1,86

Fuente: www.milagro.gov.ec/introduccion

La principal actividad laboral, tanto para hombres como para mujeres, es el comercio, sin embargo, en el resto de actividades hay una clara diferenciación en los trabajos que realizan hombres y mujeres.

Niveles de Empleo en la Ciudad: En la ciudad de Milagro el 30,95% corresponde a la población económicamente activa empleada, el 62,78% de la población económicamente activa subempleada y el 6,27% es población desempleada.

2.2 FUNDAMENTACION FILOSOFICA

Importancia de recreación?

La Recreación es importante puesto que proporciona: descanso, diversión y participación social voluntaria. forma parte del contexto de la vida social y responde a una necesidad elemental del hombre para expresarse creativamente dentro de una unidad grupal y con plena libertad de espíritu.

¿Qué es la recreación?

El término recreación proviene del latín recreativo, que significa restaurar y refrescar (la persona). De ahí que la recreación se considere una parte esencial para mantener una buena salud. El recrearse permite al cuerpo y a la mente una “restauración” o renovación necesaria para tener una vida más prolongada y de mejor calidad. Si realizáramos nuestras actividades sin parar y sin lugar para la recreación, tanto el cuerpo como la mente llegarían a un colapso que conllevaría a una serie de enfermedades y finalmente a la muerte. Debido a eso, la recreación se considera, socialmente, un factor trascendental. Los beneficios de recrearse van más allá de una buena salud física y mental, sino un equilibrio de éstas con factores espirituales, emocionales y sociales. Una persona integralmente saludable realiza sus actividades con mucha más eficiencia que una persona enferma.

¿Qué es el esparcimiento?

Se entiende como una forma integrante de la acción que se debe realizar para lograr el desarrollo cultural de una comunidad, con un sentido natural de libertad para ejecutarla, limitadas solamente por el tiempo disponible.

¿Qué es el descanso?

El término descanso está ligado a la recreación predominante pasiva en el cual el individuo se recrea a través de su condición de espectador.

¿Qué es la cultura?

La cultura es el conjunto de todas las formas y expresiones de una sociedad Determinada

¿Qué es la costumbre?

Hábito adquirido por la práctica frecuente de un acto.

¿Qué es el Campestre?

Fiesta, reunión, comida o celebración en general que tiene lugar en el campo

¿Qué es la diversión?

Acción de divertir, divertirse, recrearse o entretenerse. Pasar el tiempo de forma muy agradable

¿Qué es el estrés?

Podríamos definir el estrés como una enfermedad producto de una inadaptación a una sociedad competitiva y cambiante y provocado por el éxito o el fracaso

¿Qué es la generación de empleo?

La creación del empleo depende del volumen de inversión

¿Qué es la periferia?

Supone la introducción del territorio o del elemento espacial en la consideración de la problemática del desarrollo económico

¿Qué es el urbanismo?

Según algunos, sería una ciencia que se encuadraría dentro de las ciencias sociales (geografía, sociología)

2.3 FUNDAMENTACION CIENTIFICA DE VARIABLES

¿Cual es el nivel de la calidad del tiempo destinado a la diversión de los habitantes de la zona este (Cdla San Miguel cien camas) de la ciudad de Milagro?

¿Qué cambios culturales han sufrido las formas de diversión y la integración familiar en la Ciudad de Milagro?

¿Cuántas personas hablan de insatisfacción al asistir a los centros recreacionales y canchas habilitadas en la ciudad de Milagro?

¿Qué tipo de servicios recreacionales y de diversión piden las personas se realicen en la zona este (Cdla San Miguel cien camas) de Milagro?

¿Qué tipo de campaña promocional es observable de los Centros de Recreación existentes en la ciudad de Milagro?

¿Del total de ingreso familiar. Cual es el nivel de gasto destinado al esparcimiento individual o familiar?

2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Art. 22.- Las personas naturales o jurídicas que presentan proyectos turísticos que sean aprobados por Ministerio de Turismo gozarán automáticamente de los beneficios generales previstos en esta Ley. Para gozar de los beneficios especiales que se establecen, deberán obtener su calificación en una de las categorías, las misma que tendrá una vigencia de hasta veinte años y por una sola vez, sin perjuicio de los beneficios adicionales que contemple el plan Quincenal de Turismo. Los beneficios concedidos por el Ministerio de Turismo, mediante Resolución incluirán los compromisos y obligación que señale el Reglamento. Los beneficios generales tendrán una duración de hasta veinte años a partir de la fecha de Resolución.

Art. 23.- Requisitos para ser sujeto de los beneficios especiales, el interesado deberá comprobar:

- a)** Las inversiones y re inversiones mínimas que el Reglamento especial establezcan según la ubicación, tipo o subtipo del Proyecto, tanto para nuevos proyectos.
- b)** Ubicación en las zonas o regiones deprimidas con potencial turístico en las áreas fronterizas, o en rurales con escasos o bajo desarrollo socio económico.
- c)** Que constituyen actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada.

Art. 24.- Primera categoría: Podrán ser calificados los proyectos e inversiones y re inversiones que acrediten a más de la inversión mínima, otro de los requisitos materia de los literales b y c del Art.23 no podrán calificarse en esta categoría a proyectos e inversiones en zonas urbanas que cuenten con una razonable infraestructura y carga turística a excepción de proyectos, programas y obras turísticas de carácter excepcional y de evidente beneficio Nacional o Regional.

BENEFICIOS GENERALES DE LAS LEYES

Las empresa turísticas naturales y jurídicas calificadas por Ministerio de Turismo, gozarán por el tiempo de 10 años de los siguientes beneficios.

- a) Exoneración total de los derechos e impuestos que gravan los actos constitutivos de las compañías y posteriores actos societarios tales como aumento, transformaciones, fusiones, escisiones, emisión de obligaciones, partes beneficiarias y demás actos propios de las compañías, incluidos los derechos de registro y los impuestos sobre las matrículas de comercio.
- b) Exoneración total de los tributos que gravan la transferencia de dominio y aportes de inmuebles al incremento de capital de compañías calificadas.

Esta exoneración comprende impuestos directos, alcabalas registros y plusvalía, así como de sus adicionales.

- c) Las personas naturales o jurídicas cualquiera sea su actividad, podrán deducir de su ingreso gravable con el impuesto a la renta el valor de sus aportes para:

La integración y pago de capital social de compañías turísticas calificadas.

Inversiones y reinversiones comprobadas a partir de la inscripción de la constitución de la sociedad o de sus aumentos de capital en el registro mercantil, previa presentación del correspondiente instrumento público inscrito.

- d) Acceso preferencial de crédito en toda institución financiera pública o privada que cuente o establezca líneas de crédito para actividades turísticas, esto es con tasas de interés y condiciones más favorables que las instituciones financieras que otorguen créditos preferenciales o cauciones a prestadores de servicios turísticos, calificados por el Ministerio de Turismo, destinados a proyectos aprobados por esta, tendrán exención del pago de impuesto a la renta caudados por los intereses que devenguen dichos créditos o sus comisiones.

Los beneficios concedidos por el Ministerio de Turismo, mediante Resolución, incluirán los compromisos y obligaciones que señale el reglamento. Los beneficios generales tendrán una duración de hasta 20 años a partir de la fecha de Resolución.

Requisitos para otorgar permiso de construcción para obra mayor

- Carpeta de construcción y solicitud indicando la obra a realizar
- Recibo de pago de tasas por servicio de agua potable
- Autorización para instalación de guía de agua potable (construcciones nuevas)
- Certificado de no adeudar al Municipio
- Copia de predio 2010
- Copia de la escritura registrada y catastrada
- Copia de cédula
- 3 juegos de planos a escala conveniente según formato INEN con espacio para sellos Municipales, firmados por los respectivos profesionales y propietario.
- Detalle de Cisterna y Cámara Séptica, de ser el caso.
- Ingresar en secretaria de alcaldía toda la documentación

Requisitos para línea de fábrica y normas de construcción

- Tasa administrativa
- Copia de la escritura registrada y catastrada
- Copia del predio urbano
- Recibo de pago de tasas por servicios de agua potable
- Levantamiento planimétrico del predio
- Copia de cédula

Requisitos del Cuerpo de Bomberos para Permiso de Funcionamiento

- Adquirir una especie valorada (Indicando el tipo de negocio)
- Un extintor de 10Lbs.
- Lámparas de emergencia

2.5 HIPÓTESIS GENERAL

El asentamiento desordenado de familias en la ciudad de Milagro sin las condiciones recreativas técnicamente adecuadas está aumentando los niveles de estrés y de aburrimiento en los habitantes.

Hipótesis Particulares

- El desarrollo cultural y recreacional de la población milagreña buscan, sus propias formas de esparcimiento, en lugares improvisados, sin seguridad, sin salubridad y sin responsabilidad social.
- La baja calidad del tiempo de ocio y el impulso adquisitivo han motivado a la creación de negocios de distracción y entretenimiento alternativos con patrones sin la plena aprobación social.
- La falta de canchas deportivas, parques y centros de recreación en la ciudad de Milagro esta provocando la sobrepoblación en los centros deportivos y de esparcimiento existentes.
- La falta de un proyecto de integración de servicios de diversión, socialización y esparcimiento familiar ha provocado el incremento de los micro negocios como los centros de- video juegos, zonas rosas, piratería cinematográfica y musicales, etc.

CAPÍTULO III

METODOLOGIA

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Nuestro diseño es de tipo transversal ya que lo aplicó una sólo vez en el tiempo y no afectará a las variables involucradas con los atractivos que hacen que las personas concurran a un determinado centro de recreacional para así distraerse y poder explorar el turismo de milagro ya que para eso realizamos una investigación profunda y contamos con una gama de información en libros, material del internet y con la información asentada en el palacio municipal y como descriptivas tenemos variables involucradas con los atractivos que hacen que las personas concurran a un determinado centro de distracción y satisfacer las necesidades de una ciudad en general también forma parte del contexto de la vida social y responde a una necesidad elemental del hombre para expresarse creativamente dentro de una unidad grupal y con plena libertad de espíritu.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Nuestro diseño de investigación que vamos a utilizar es de tipo descriptiva porque describimos la integración de la población a la estructura productiva de la ciudad. Para este fin es necesario ver diferentes ámbitos que competen a la economía de una sociedad como lo son: cuantificación y calificación de la fuerza laboral, principales actividades productivas, nivel de empleo y el ingreso familiar. El desarrollo industrial y comercial de Milagro permite dar paso a lo explicativo y anticipar la capacidad de consumo de las familias y de las necesidades de servicio de las mismas, llevándonos al compromiso de poder demostrar mediante una investigación seria a la posibilidad de poder captar

recursos para el desarrollo del recreativo familiar en la ciudad de Milagro.y correlacional por la falta de programas municipales de desarrollo cultural.

Y la poca integración y recreación familiar en la zona este de milagro(Cdla San Miguel cien camas). La falta de canchas deportivas, parques y centros de recreación en la zona este (Cdla San Miguel cien camas) de la ciudad de Milagro , de la Sobrepoblación en los centros deportivos y de esparcimiento en otras zonas de la Ciudad.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

La ciudad de milagro cuenta con 200.000 habitantes proximadamente según datos del INEC, y consideramos un muestreo irrestricto aleatorio ya que las personas que asisten a los centros de recreación realizan diferentes actividades y son de distintas edades y género.

FORMULA

$$n = \frac{z^2(N)(p)(1-p)}{(e^2)(N-1) + z^2(p)(q)} = \frac{(1.65)^2(200.000)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(200.000-1) + (1.65)^2(0.5)(0.5)} = 271.81$$

Donde:

N= 200.000 Tamaño de la población

Z= 1.65 para un nivel de confianza del 90%

e= 5% Error Admisible

p= probabilidad de ser seleccionado 50%

q= probabilidad de no ser seleccionado 50%

n= 271.81 Tamaño de la muestra

De acuerdo a los cálculos se obtuvo una muestra del 272 es decir debemos realizar encuestas a una muestra de este tamaño y es representativa.

Método Probabilístico: Es del cual se conoce la probabilidad de que un elemento del universo pueda formar parte de la muestra.

Métodos de investigación

En nuestro proyecto el método que estamos utilizando es la observación para obtener excelentes resultados y así poder argumentar lo que se está planteando ya que debido a la falta de un parque y centros recreacionales muchas familias se ven en la necesidad de salir fuera de la ciudad o tener distracción individual. Las personas durante su tiempo libre responden a un impulso voluntario para lograr la recuperación de sus capacidades físicas y mentales para su propio beneficio y el de la sociedad. En síntesis podemos asimilar que la recreación es una actividad fundamentalmente para la personalidad y la capacidad creadora del hombre. Representa al mismo tiempo un verdadero derecho individual y social que debe ser respetado y protegido.

3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable (G) Independiente

- La ausencia de puntos de esparcimiento familiar, prácticas deportivas y de encuentro social para la ocupación de tiempos libres

Variable (G) Dependiente

- Afecta la motivación a la afiliación, a la notoriedad, al desarrollo de la autoestima y a la autorrealización.

Variable (1) Independiente

- El asentamiento desordenado de familias en la ciudad de Milagro sin las condiciones recreativas técnicamente adecuadas

Variable (1) Dependiente

- Está aumentando los niveles de estrés y de aburrimiento en los habitantes.

Variable (2) Independiente

- La ausencia de lineamientos, pautas normativas y programas de inversión privada desde el gobierno seccional que incentiven el orden, desarrollo cultural y turístico

Variable (2) Dependiente

- Propicia que la población milagreña busque sus propias formas de esparcimiento, en lugares improvisados, sin seguridad, sin salubridad y sin responsabilidad social.

Variable (3) Independiente

- La baja promoción turística interna

Variable (3) Dependiente

- Provoca cambios en gustos y preferencias de los pobladores, aumentando el destino de sus recursos al consumo de productos suntuarios.

Variable (4) Independiente

- La falta de canchas deportivas, parques y centros de recreación en la ciudad de Milagro

Variable (4) Dependiente

- Está provocando la sobrepoblación en los centros deportivos y de esparcimiento existentes.

3.5 TECNICAS E INSTRUMENTOS UTILIZADOS

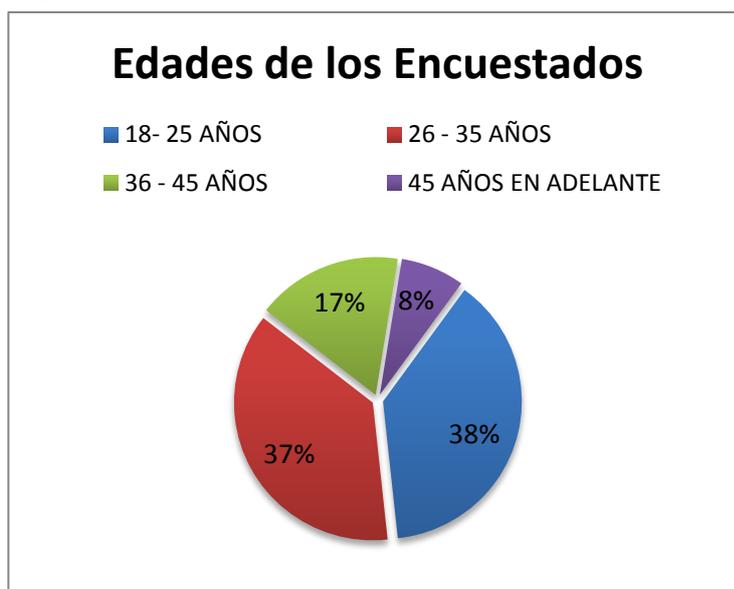
El modelo que vamos a utilizar en nuestra investigación es de tipo encuesta ya que queremos saber la aproximación del número de personas que necesitan recreación familiar por diversos motivos, ya sea por estrés, deprecación, etc.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 INTERPRETACIÓN DE DATOS

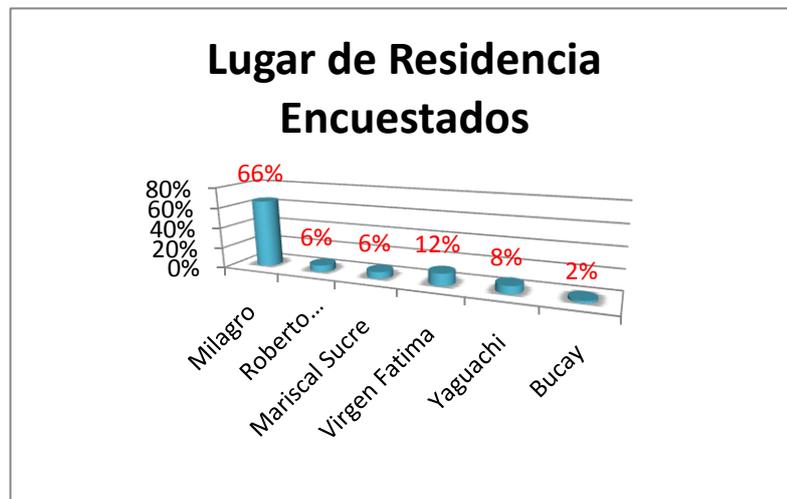
Cuadro 3. Interpretación de datos de los encuestados



Fuente: personas de 18 a 45 años de edad

Se encuestó en mayor medida a los de edades más jóvenes por su alto contenido de tiempos de ocio y de consumo a lo que se les elaboró el 38% de las encuestas, seguidos por los jóvenes adultos quienes fueron encuestados 37% sobre el total muestra seguido por los adultos en menos medida ya que son de poca concurrencia dadas sus ocupaciones y del total encuesta representan el 17% y apenas en 8% requeríamos conocer la percepción de los más adultos que aunque ya no tienen poder de consumo pero sí poder de motivación a la conservación de valores y formación correcta de la familia.

Cuadro 4. Interpretación de datos de los encuestados



Fuente: personas que residen en milagro y sus alrededores

Del total encuestados los habitantes de Milagro representaron un 66% de ellos. De allí de acuerdo a la distancia más proxima y comercial se encuestaron 12% a los provenientes de Firgen del Fátima (Km. 26) y un 8% a los provenientes de Yaguachi.

Tambien fue conveniente encuestar en iguales proporciones a los habitantes de Mariscal Sucre y Naranjito dada su influencia y número de desplazamientos hasta nuestra ciudad y se encuestaron en cada ciudad un 6% del total de encuestas realizadas. Y por último un 2% de los habitantes de Bucay como zona conocedora del turismo y con calidad de decisión de quedarse en su ciudad o venir a la nuestra.

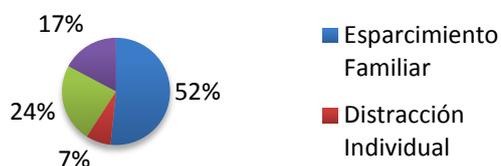
4.2 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Hipótesis General

La ausencia de puntos de esparcimiento familiar, prácticas deportivas y de encuentro social para la ocupación de tiempos libres afecta la motivación a la afiliación, a la notoriedad, al desarrollo del autoestima y a la autorealización .

¿Qué lo motiva asistir a un centro de recreación?

Motivación para asistir a Centros de Recreación



Los habitantes de milagro necesitan socializar en lugares de esparcimiento donde puedan asistir con sus familias, hijos y amigos a conformar grupos de sana distracción que recupere la autoestima del ciudadano, los valores de distracción en familia y que socialmente los haga importantes, conectados en redes familiares que impulsen la formación de cultura de grupos que vaya en pos del fortalecimiento de la identidad del milagreño.

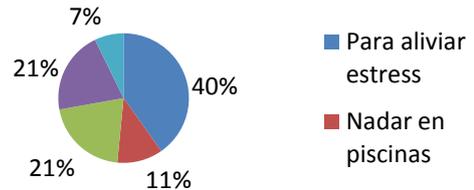
De allí entonces que el 51% piensa en la motivación es en familia y 23.66% buscará a los amigos para compartir estos momentos de esparcimiento.

Hipótesis Particular

- El asentamiento desordenado de familias en la ciudad de Milagro sin las condiciones recreativas técnicamente adecuadas está aumentando los niveles de estrés y de aburrimiento en los habitantes.

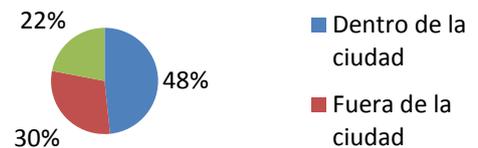
¿Para qué debe crearse un centro de recreación?

Para qué debe crearse un Centro de...



¿Por preferencia dónde debe estar situado un centro de recreación?

De preferencia dónde debe estar situado ?



Las necesidades se palpan inmediatamente cuando las personas habitante de la ciudad de milagro buscan un lugar en el cual distraerse y descargar los niveles de estrés acumulados, conociendo que se ha tornado en una plaza de pocas opciones y con un alto contenido de contaminación dado por los negocios de juegos para la diversión individual como

	<p>casinos, bares, discotecas, billares, etc, aumentando visiblemente la fragmentación de la comunicación familiar y la poca formación de sanos grupos de distracción.</p> <p>Analizamos que el 40.21% quieren aliviar estrés, 20.62% quieren hacer deportes y 20.62% para que jueguen los niños, conjugando que el 48.35% dice que debe ser dentro de la ciudad.</p>																		
<p>Hipótesis Particular</p> <ul style="list-style-type: none"> • La ausencia de lineamientos, pautas normativas y programas de inversión privada y desde el gobierno seccional que incentiven el orden, desarrollo cultural y turístico propicia que la población milagreña busque sus propias formas de esparcimiento, en lugares improvisados, sin seguridad, sin salubridad y sin responsabilidad social. 	<p>¿ Qué lugares frecuenta ?</p> <div data-bbox="842 943 1362 1274" data-label="Figure"> <table border="1"> <caption>Qué lugares de diversión...</caption> <thead> <tr> <th>Lugar</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Parques</td> <td>42%</td> </tr> <tr> <td>Zonas Rosa</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>Other 1</td> <td>35%</td> </tr> <tr> <td>Other 2</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Other 3</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table> </div> <p>¿Cómo prefiere sea el centro de recreación?</p> <div data-bbox="842 1476 1402 1807" data-label="Figure"> <table border="1"> <caption>Cómo prefiere sea el centro de...</caption> <thead> <tr> <th>Opción</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>En perímetro cerrado</td> <td>67%</td> </tr> <tr> <td>A las riberas de río</td> <td>33%</td> </tr> </tbody> </table> </div> <p>La inseguridad existente en la ciudad incrementa la preferencia de las personas a</p>	Lugar	Porcentaje	Parques	42%	Zonas Rosa	16%	Other 1	35%	Other 2	6%	Other 3	1%	Opción	Porcentaje	En perímetro cerrado	67%	A las riberas de río	33%
Lugar	Porcentaje																		
Parques	42%																		
Zonas Rosa	16%																		
Other 1	35%																		
Other 2	6%																		
Other 3	1%																		
Opción	Porcentaje																		
En perímetro cerrado	67%																		
A las riberas de río	33%																		

	<p>distraerse en los lugares cerrados y sin exposiciones de su integridad física y a los maltratos de un centro insalubre y desorganizado en el cual distraerse.</p> <p>Las personas no encuentran mejores opciones que el único parque cerrado disponible y el cine dentro de un centro comercial. Ven con buenos ojos las pocas inversiones públicas y privadas realizadas , pero solicitan otras opciones para su distracción.</p> <p>El 41.49% de los encuestados prefieren los parques y el 35.11% los centros comerciales. De todos ellos el 67.53% prefiere la diversión en perímetro cerrado 0y en menos proporción elegirán distraerse al aire libre en un 32.47%.</p>																				
<p>Hipótesis Particular</p> <ul style="list-style-type: none"> • La baja calidad del tiempo de ocio y la falta de un proyecto de integración de servicios de diversión, socialización y esparcimiento familiar ha provocado el incremento de la creación de negocios de distracción y entretenimiento alternativos como los micro negocios de video juegos, bares en zonas rosas, piratería cinematográfica y musicales, etc. 	<p>¿Si tiene un dólar en qué lo ocuparías?</p> <div data-bbox="842 1458 1437 1809" style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <p>Si tiene \$ 1 en que lo gastarías ?</p> <table border="1" style="margin: auto;"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>En bebida</td> <td>26%</td> </tr> <tr> <td>Baile y música</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>(Otro)</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>(Otro)</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>(Otro)</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>(Otro)</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>(Otro)</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>(Otro)</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>(Otro)</td> <td>3%</td> </tr> </tbody> </table> </div> <p>Cuando se preguntó si te sobra un dólar en qué lo ocuparías, se notó que las respuestas</p>	Categoría	Porcentaje	En bebida	26%	Baile y música	17%	(Otro)	12%	(Otro)	18%	(Otro)	5%	(Otro)	8%	(Otro)	4%	(Otro)	7%	(Otro)	3%
Categoría	Porcentaje																				
En bebida	26%																				
Baile y música	17%																				
(Otro)	12%																				
(Otro)	18%																				
(Otro)	5%																				
(Otro)	8%																				
(Otro)	4%																				
(Otro)	7%																				
(Otro)	3%																				

	<p>apuntan hacia el consumo de servicios de diversión con patrones claramente responsables de la baja calidad de la comunicación dentro de las familias, gracias a que se ha descuidado la integración y la creación de lugares propicios para el fomento del deporte, el buen esparcimiento y la educación de la familia.</p> <p>El 25.77% preferirá comprar una bebida alcohólica, seguido en un 17.53% quienes comprarán un video y de un 16.49% que preferirá la musica y el baile en discotecas.</p> <p>También se revisa un 12.37% que lo gastaría en casinos y juegos de azar, seguido por otras opciones menos nocivas y con menos aceptación de consumo en la situación actual.</p>
--	--

<p>Hipótesis Particular</p> <ul style="list-style-type: none"> • La falta de canchas deportivas, parques y centros de recreacion en la ciudad de Milagro esta provocando la sobrepoblacion en los centros deportivos y de esparcimiento existentes. 	<p>¿Con qué frecuencia asiste a centros de recreación?</p> <div data-bbox="842 1422 1428 1839" data-label="Figure"> <table border="1"> <caption>Con qué frecuencia asiste a Centros de Recreación ?</caption> <thead> <tr> <th>Frecuencia</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mas de 1 vez al mes</td> <td>44%</td> </tr> <tr> <td>Al menos una vez al mes</td> <td>19%</td> </tr> <tr> <td>14%</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>10%</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>13%</td> <td>13%</td> </tr> </tbody> </table> </div> <p>La baja ocupación de la población milagreña ha hecho que sus habitantes busquen la realización de deportes como forma de</p>	Frecuencia	Porcentaje	Mas de 1 vez al mes	44%	Al menos una vez al mes	19%	14%	14%	10%	10%	13%	13%
Frecuencia	Porcentaje												
Mas de 1 vez al mes	44%												
Al menos una vez al mes	19%												
14%	14%												
10%	10%												
13%	13%												

	<p>mantenerse al margen de actos de perjuicio social y familiar. La masiva asistencia está concentrada en los pocos lugares recreacionales a los que la población ha calificado como de inseguros e insuficientes. Esto es sentido en los que consumen con más frecuencia siendo un 43.82% quienes asisten más de una vez al mes y 13.48% lo que van 1 vez al mes y 13.48% los que asisten en temporada. Las necesidades de la población de asistir a lugares para realizar actos de recreación hace que se asista de forma masiva a los pocos lugares existentes, causando un efecto contrario al esparcimiento, ya que la aglomeración de personas y la concentración excesiva en las temporadas de sol aumenta el stress y la sensación de frustración ante las pocas opciones para actos de esparcimiento.</p>
<p>Hipótesis Particular</p> <ul style="list-style-type: none"> • La baja promoción turística interna provoca cambios en gustos y preferencias de los pobladores, aumentando la preferencia de destino turístico hacia los lugares existentes en otras ciudades fuera de milagro. 	

4.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Cuadro 5. Demanda de los centros recreacionales

Qué lugar de esparcimiento frecuente Ud.?	18- 25 AÑOS	26 - 35 AÑOS	36 - 45 AÑOS	45 AÑOS y más
Parques	33,33%	33,33%	71,43%	33,33%
Zonas Rosa	25,00%	25,00%	0,00%	16,67%
Cine y Centro Comercial	38,89%	38,89%	28,57%	33,33%
Canchas barriales	2,78%	2,78%	0,00%	0,00%
Billares	0,00%	0,00%	0,00%	16,67%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Con qué frecuencia asiste a centros recreacionales?	18- 25 AÑOS	26 - 35 AÑOS	36 - 45 AÑOS	45 AÑOS y más
Más de 1 vez al mes	44,12%	44,12%	46,67%	40,00%
Al menos una vez al mes	11,76%	11,76%	13,33%	0,00%
De 2 a 4 veces al año	20,59%	20,59%	13,33%	0,00%
De 5 a 8 veces al año	8,82%	8,82%	20,00%	0,00%
Sólo por temporada	14,71%	14,71%	6,67%	60,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: personas que gustan de centros recreacionales y diversión

Las personas encuestadas nos dicen que existe una preferencia marcada a la asistencia de parques y centros comerciales y por eso la demanda de inversión privada y pública a la imperante necesidad de esparcimiento familiar para la ciudad de Milagro.

Los jóvenes de 18 a 25 años preferirán asistir a centros comerciales y cines en un 38.89% y asistir a parques en un 33.33%.

De allí esta categoría asistirán más de una vez al mes 44.12% , al menos una vez al mes 11.76% , de 5 a 8 veces al año 8.82% , con menos frecuencia, es decir de 2 a 4 veces al año 20.59% y sólo por temporadas el 14.71%.

Los jóvenes adultos de 26 a 35 años preferirán en los mismos porcentajes anteriores de 38.89% asistir a cines y centros comerciales y el 33.33% asistir a parques.

Así de esta categoría asistirán más de una vez al mes 44.12% , al menos una vez al mes 11.76% , de 5 a 8 veces al año 8.82% , con menos frecuencia, es decir de 2 a 4 veces al año 20.59% y sólo por temporadas el 14.71%.

Los adultos de 36 a 45 años preferirán sólo asistir a parques y centros comerciales en porcentajes del 71.43% y 28.57% respectivamente.

Así de esta categoría asistirán más de una vez al mes 46.67%, al menos una vez al mes 13.33%, de 5 a 8 veces al año 20%, con menos frecuencia, es decir de 2 a 4 veces al año 13.33% y sólo por temporadas el 6.67%.

Los adultos mayores de 45 años en adelante, preferirán asistir el 33.33% a parques, el 33.33% a centros comerciales, el 16.67 a billares y en igual proporción preferirán asistir a zonas rosas para libar.

Así de esta categoría asistirán más de una vez al mes el 40% y sólo por temporadas el 60%.

Cuadro 6 . Demanda de los centros recreacionales existentes en Milagro

Qué lo motiva asistir a un centro de recreación?	18- 25 AÑOS	26 - 35 AÑOS	36 - 45 AÑOS	45 AÑOS y más
Esparcimiento Familiar	44,44%	44,44%	37,50%	33,33%
Distracción Individual	11,11%	11,11%	12,50%	0,00%
El encuentro con amigos	36,11%	36,11%	12,50%	50,00%
Acompañar a niños	8,33%	8,33%	37,50%	16,67%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Cuadro 7.Nivel de seguridad

Cómo prefiere un centro de recreación?	18- 25 AÑOS	26 - 35 AÑOS	36 - 45 AÑOS	45 AÑOS y más
En perímetro cerrado	60,00%	60,00%	80,00%	66,67%
A las riberas de río	40,00%	40,00%	20,00%	33,33%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Los encuestados nos dijeron que buscarán la distracción acompañados de la familia y de amigos y que es más seguro para ellos hacerlo en el perímetro cerrado de alguna edificación a que por el contrario se lo haga al aire libre o en lugares improvisados en las afueras de la ciudad.

De allí los jóvenes los jóvenes de 18 a 25 años preferirán el esparcimiento familiar en un 44.44% y el esparcimiento con amigos en un 36.11%, de allí quienes lo prefieren hacen de manera individual representan un 36.11% y quienes creen que el motivo de su asistencia es para que los niños sean quienes se distraigan representan el 8.33%

En esta categoría se prefiere que sea en perímetro cerrado el 60% y al aire libre el 40%.

Los jóvenes adultos de 26 a 35 años preferirán en iguales proporciones el esparcimiento familiar en un 44.44% y el esparcimiento con amigos en un 36.11%, de allí quienes lo prefieren hacen de manera individual representan un 36.11% y quienes creen que el motivo de su asistencia es para que los niños sean quienes se distraigan representan el 8.33%

En esta categoría se prefiere que sea en perímetro cerrado el 60% y al aire libre el 40%.

Los adultos de 36 a 45 años preferirán el esparcimiento familiar en un 37.5% y el esparcimiento con amigos en un 12.5%, de allí quienes lo prefieren hacen de manera individual representan un 12.5% y quienes creen que el motivo de su asistencia es para que los niños sean quienes se distraigan representan el 37.5% en mucha más representación que las categorías anteriores.

En esta categoría se prefiere que sea en perímetro cerrado el 80% y al aire libre el 20%.

Los adultos mayores de 45 años en adelante preferirán el esparcimiento familiar en un 33.33% y el esparcimiento con amigos en un 50%, de allí en su categoría ellos no lo prefieren hacen de manera individual por eso nos refleja 0% y quienes creen que el motivo de su asistencia es para que los niños sean quienes se distraigan representan el 16.67% en mucha más representación que las categorías anteriores.

En esta categoría se prefiere que sea en perímetro cerrado el 66.67% y al aire libre el 33.33% ya que desean aprovechar más sus tiempos de inactividad al aire libre y lejos de la bulla de las masas.

Cuadro 8. para que debe crearse un centro recreacional

Para qué debe crearse un centro de recreación ?	18- 25 AÑOS	26 - 35 AÑOS	36 - 45 AÑOS	45 AÑOS y más
Para aliviar estrés	45,00%	45,00%	31,25%	33,33%
Nadar en piscinas	12,50%	12,50%	12,50%	0,00%
Realizar deportes	20,00%	20,00%	25,00%	33,33%
Para que jueguen niños	12,50%	12,50%	25,00%	16,67%
Para servirse comida	10,00%	10,00%	6,25%	16,67%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Cuadro 9. Lugar de recreación

De preferencia dónde debe estar situado un centro de recreación ?	18- 25 AÑOS	26 - 35 AÑOS	36 - 45 AÑOS	45 AÑOS y más
Dentro de la ciudad	37,14%	37,14%	68,75%	33,33%
Fuera de la ciudad	40,00%	40,00%	18,75%	50,00%
No importa distancia	22,86%	22,86%	12,50%	16,67%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Los encuestados nos dijeron que un centro de recreación debe tener como objetivo principal des estresar a la ciudadanía y a sus visitantes y además de ser un complemento de formación familiar hacia la práctica sana del deporte, de allí entonces que el 48% de

los encuestados preferiría que sea dentro de la ciudad, un 29.67% que sea fuera de la ciudad y un 21.98% no le importaría la distancia para complacer su necesidades de distracción.

Los jóvenes de 18 a 25 años preferirán los centros de recreación para aliviar la sobre carga de estrés en un 45%, mientras los que asistirán por el balneario solamente serán el 12.5%, los que asistirían para practicar deportes serán el 20%, los que acompañan a sus hermanos a distraerse son el 12.5% y los que buscan comida son el 10% apenas.

De éstos prefieren que el lugar esté dentro de la ciudad el 37.14%, fuera de la ciudad el 40% por ser más aventureros y se remarca con los que no les importa la distancia el 22.86%.

Los jóvenes adultos de 26 a 35 años preferirán en iguales proporciones los motivos para asistir a los centros de recreación, diciéndonos que para aliviar la sobre carga de estrés en un 45%, mientras los que asistirán por el balneario solamente serán el 12.5%, los que asistirían para practicar deportes serán el 20%, los que acompañan a sus hijos a distraerse son el 12.5% y los que buscan comida son el 10% apenas.

De éstos prefieren que el lugar esté dentro de la ciudad el 37.14%, fuera de la ciudad el 40% y los que no les importa la distancia son el 22.86%.

Los adultos de 36 a 45 años preferirán los centros de recreación para aliviar la sobre carga de estrés en un 31.25%, mientras los que asistirán por el balneario solamente serán el 12.5%, los que asistirían para practicar deportes ahora serán más que la categoría anterior, es decir un 25%, los que acompañan a sus hijos a distraerse son el 25% y los que buscan comidas típicas ahora son el 6.25% apenas.

De éstos prefieren mayormente que el lugar esté dentro de la ciudad el 68.75%, fuera de la ciudad el 18.75% por ser más preocupados por la integridad y a los que no les importa la distancia son apenas el 12.5%.

Los adultos mayores de 45 años en adelante preferirán los centros de recreación para aliviar la sobre carga de estrés en un 33.33%, mientras ellos ya no asisten por el balneario, los que asistirían para practicar deportes son un 33.33%,

CAPITULO V

5.1 INFORMACIÓN GENERAL

5.1.1 ANTECEDENTES

Centro Recreacional “Visaltur”

Se encuentra ubicado en la avenida tarqui y paraguay, fue creado el 31 de marzo de 1988 hace 22 años, está integrada por el Lic. Julio Viteri Mosquera e Hijos, es una sociedad anónima, este centro recreacional cuenta con un museo astrológico, sus instalaciones cuentan con canchas de indor, básquet, vóley, áreas verdes, hamacas que invitan al descanso, juegos infantiles, un amplio salón de eventos, restaurante el mismo en el que degustarán exquisitos almuerzos ejecutivos y platos a la carta, salón para proyecciones completamente equipado, y un parqueadero.

Centro Recreacional “El Bosque”

Fue creado hace 18 años por el Téc.ind.Heriberto Barros B.que en aquel tiempo fue privado en el cual contaba primeramente con 2 piscinas pequeñas y asi se da cuenta Don Heriberto que ese negocio era rentable abrio piscinas para el publico y asi se fue creando en lo que es es el “Bosque”es en el km 2 y medio via a Naranjito. Dispone de piscinas, cascada, canchas deportivas, cabañas, hamacas, senderos, bar y sitios especiales para camping.

Centro Recreacional “Albricias”

De propiedad de la Ec. Carmen Alvarado Burgos es con atención al público se creó hace 24 años en vía Naranjito km 1 y medio frente a la Universidad Agraria (prácticas) en el cual cuenta con una cancha de básquet, canchas de vóley, una cancha de fútbol indoor, espacio verde con varios juegos infantiles, una cabaña restaurante, un baño sauna, un baño vapor, un discjockey, un parque para 50 vehículos.

5.1.2 OBJETIVOS

Objetivo General

- Proponer la creación de espacios inclusivos a partir de actividades recreativas, físicas y deportivas en la Cda. San Miguel del cantón Milagro.

Objetivos Específicos

- Promover la inclusión social, especialmente en los grupos vulnerables
- Impulsar la participación de los niños, niñas y adolescentes a las prácticas deportivas, recreativas y culturales
- Integrar personas con discapacidad y adultos mayores en las actividades propuestas.

5.1.3 Ubicación Del Proyecto

Nuestro proyecto va a estar ubicado en la ciudadela San Miguel a 100 mts del hospital del IESS.



Figura 1. Plano de localización del Centro Recreacional

5.2 LA EMPRESA

5.2.1 Visión

Superar las expectativas de nuestros visitantes , en un amplio y moderno lugar de sano esparcimiento con un ambiente netamente natural y un entretenimiento constante , y hacer que las personas que nos visitanten disfruten de momentos inolvidables.

Misión

Brindar esparcimiento en un ambiente natural, motivando la convivencia familiar así como el descanso, la tranquilidad y la aventura, haciendo que las personas disfruten de un entorno original, cómodo y seguro.

Objetivos De La Empresa

Obtener alto índice de rentabilidad a través de la conservación y ampliación de las instalaciones deportivas para la recreación de la ciudadanía en general, y así llegar a ser el centro recreacional con mayor afluencia de visitantes en un lapso no mayor de 3 años .

Objetivos Especificos

- Actualizar y mantener la capacidad de infraestructura deportiva para lograr que sea en 6 meses el centro recreacional mas concurrido por los milagreños
- En 3 meses contribuir al desarrollo fisico de la población, mediante la promoción de la actividad fisica y el deporte de su preferencia en condiciones seguras y adecuadas
- Adecuar las instalaciones deportivas para las necesidades de personas con discapacidad y personas mayores, para así poder fomentar las prácticas de actividades físicas especiales para ellos.

5.2.2 MARCO LEGAL

Art. 22.- Las personas naturales o jurídicas que presentan proyectos turísticos que sean aprobados por Ministerio de Turismo gozarán automáticamente de los beneficios generales previstos en esta Ley. Para gozar de los beneficios especiales que se establecen, deberán obtener su calificación en una de las categorías, la misma que tendrá una vigencia de hasta veinte años y por una sola vez, sin perjuicio de los beneficios adicionales que contemple el plan Quincenal de Turismo.

Los beneficios concedidos por el Ministerio de Turismo, mediante Resolución incluirán los compromisos y obligación que señale el Reglamento. Los beneficios generales tendrán una duración de hasta veinte años a partir de la fecha de Resolución.

Art. 23.- Requisitos para ser sujeto de los beneficios especiales, el interesado deberá comprobar:

- a) Las inversiones y re inversiones mínimas que el Reglamento especial establezcan según la ubicación, tipo o subtipo del proyecto, tanto para nuevos proyectos.
- b) b) Ubicación en las zonas o regiones deprimidas con potencial turístico en las áreas fronterizas, o en rurales con escasos o bajo desarrollo socio económico.
- c) Que constituyen actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada.

Art. 24.- Primera categoría: Podrán ser calificados los proyectos e inversiones y re inversiones que acrediten a más de la inversión mínima, otro de los requisitos materia de los literales b y c del Art.23 no podrán calificarse en esta categoría a proyectos e

inversiones en zonas urbanas que cuenten con una razonable infraestructura y carga turística a excepción de proyectos, programas y obras turísticas de carácter excepcional y de evidente beneficio Nacional o Regional.

Registro y Licencia Anual de Funcionamiento

Ningún centro de recreación turística puede prestar sus servicios. Si no hubiere obtenido previamente el certificado de registro y la licencia anual de funcionamiento en el Ministerio de Turismo. A partir del año 2009 se los está registrando en el municipio del cantón de Milagro en el área de Turismo.

Los documentos que se deben acompañar a la solicitud son los siguientes:

- ❖ Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
- ❖ Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del Registro Mercantil, tratándose de persona jurídica.
- ❖ Copia del Registro único de Contribuyentes (RUC)
- ❖ Fotocopia de la cédula de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera.
- ❖ Lista de precios (firmado por el interesado)
- ❖ Fotocopia del contrato de compraventa del negocio, tratándose de cambio de propietario. Con la autorización de cambio de la razón social.
- ❖ Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento (registrado)
- ❖ Certificado de propiedad industrial, de no encontrarse registrada la razón social.

Beneficios Generales De Las Leyes

Las empresas turísticas naturales y jurídicas calificadas por el Ministerio de Turismo, gozarán por el tiempo de 10 años de los siguientes beneficios generales:

- a) Exoneración total de los derechos e impuestos que gravan los actos constitutivos de las compañías y posteriores actos societarios tales como aumento, transformaciones, fusiones, escisiones, emisión de obligaciones, partes beneficiarias y demás actos propios de las compañías, incluidos los derechos de registro y los impuestos sobre las matrículas de comercio.

- b) Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio y aportes de inmuebles al incremento de capital de compañías calificadas.
- c) Esta exoneración comprende impuestos directos, alcabalas registros y plusvalía, así como de sus adicionales.

Las personas naturales o jurídicas cualquiera sea su actividad, podrán deducir de su ingreso gravable con el impuesto a la renta el valor de sus aportes para:

- La integración y pago de capital social de compañías turísticas calificadas.
 - El de sus incrementos inscritos en el registro mercantil,es:
 - Inversiones y reinversiones comprobadas a partir de la inscripción de la constitución de la sociedad o de sus aumentos de capital en el registro mercantil, previa presentación del correspondiente instrumento público inscrito.
- d) Acceso preferencial de crédito en toda institución financiera pública o privada que cuente o establezca líneas de crédito para actividades turísticas, esto es con tasas de interés y condiciones más favorables que las instituciones financieras que otorguen créditos preferenciales o cauciones a prestadores de servicios turísticos, calificados por el Ministerio de Turismo, destinados a proyectos aprobados por esta, tendrán exención del pago de impuesto a la renta caudados por los intereses que devenguen dichos créditos o sus comisiones.**

Los beneficios concedidos por el Ministerio de Turismo, mediante Resolución, incluirán los compromisos y obligaciones que señale el reglamento. Los beneficios generales tendrán una duración de hasta 20 años a partir de la fecha de Resolución.

Beneficios Especiales

Las empresas turísticas naturales o jurídicas calificadas, además de los beneficios generales, según la categoría aprobada gozarán de los siguientes beneficios especiales:

Exoneración de:

- a) Impuesto a la renta del proyecto
- b) Derechos arancelarios

5.2.3 PERSONAL

- Administrador
- Asistente del Administrador
- Gerente de Marketing
- Auditor
- Caja
- Supervisor
- Limpieza y Mantenimiento
- Personal de Servicio
- Seguridad
- Guías

5.2.4 REQUERIMIENTOS DEL PERSONAL

Administrador: Es el representante legal de la empresa, está encargado de la administración total del centro recreativo, es el principal responsable de las ventas y representante en Convenciones y demás reuniones de carácter público.

Asistente del Administrador: Es el encargado de la administración de l centro receacional en la ausencia del Administrador, también tiene como función la selección del personal.

Gerente de Marketing: Encargado de promocionar el centro recreacional; es decir, de la publicidad, relaciones públicas y la imagen del mismo. Además de organizar los distintos eventos que se realicen en el centro recreacional.

Auditor: Es la persona que se encarga de llevar la contabilidad del centro recreativo con el fin de llevar un registro de todos los ingresos y egresos del lugar y demás tareas contables.

Supervisor: Es la persona que tiene como función controlar todas las actividades realizadas por el personal. Además de supervisar el servicio de restaurante, bar, alojamiento, banquetes, eventos sociales, etc.

Caja: Es el encargado de recaudar el dinero y a la vez dar los informes diarios .

Cuadro 10. Funcion del cargo del Administrador

FUNCION DEL CARGO: ADMINISTRADOR
Edad: 45
Género: Masculino
Estado Civil: Casado
COMPETENCIAS:
<u>Competencias conductuales :</u>
Trabaje en Equipo,Iniciativa y un buen Liderazgo
<u>Competencias Técnicas:</u>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Educación: Masterado en Administracion de empresas ➤ Experiencia: 3 años en el cargo
CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA:
<u>Cursos Generales:</u>
Seminario de marketing
<u>Cursos de especialización:</u>
Administarción de Empresas
Conocimiento de Idiomas: Ingles avanzado,frances
Ambiente de trabajo: Comodo
Riesgos de enfermedades profesionales: B
Autoridad para tomar decisiones: Con analisis analitico
Tipo de supervisión recibida:Rapida
Relaciones Interpersonales Internas:Confiable
Relaciones Interpersonales Externas:Autentico

Fuentes: Administración 5ta edición

Elaboración: Las autoras

Cuadro 11. Funcion del cargo Asistente del Administrador

FUNCION DEL CARGO: Asistente del Administrador
Edad: 26-30años
Género: Masculino,Femenino
Estado Civil: Casado
COMPETENCIAS: <u>Competencias conductuales :</u> Trabaje en Equipo y buena Iniciativa <u>Competencias Técnicas:</u> ➤ Educación: Ing. En Administracion de empresas ➤ Experiencia: 2 años en el cargo
CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA: <u>Cursos Generales:</u> Seminarios de Administración <u>Cursos de especialización:</u> Administarción de Empresas
Entrenamiento en el Puesto: En varias Instituciones
Conocimiento de Idiomas: Ingles avanzado,Frances,Mandarin
Ambiente de trabajo: Comodo
Riesgos de enfermedades profesionales: B
Autoridad para tomar decisiones: Rápidas
Tipo de supervisión recibida: Superior
Relaciones Interpersonales Internas: Discreción
Relaciones Interpersonales Externas: Responsable

Fuentes: Administración 5ta edición

Elaboración: Las autoras

Cuadro 12. Funcion del cargo Gerente de Marketing

FUNCION DEL CARGO: Gerente de Marketing
Edad: 40
Género: Masculino,Femenino
Estado Civil: Casado
COMPETENCIAS:
<u>Competencias conductuales :</u>
Trabaje en Equipo, y un buen Liderazgo
<u>Competencias Técnicas:</u>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Educación: Masterado en Marketing y Recursos Humanos ➤ Experiencia: 2 años en el cargo
CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA:
<u>Cursos Generales:</u>
Seminario de marketing ,relaciones humanas
<u>Cursos de especialización:</u>
Marketing y Publicidad
Entrenamiento en el Puesto: En varias instituciones
Conocimiento de Idiomas: Ingles intermedio,frances,mandarin
Ambiente de trabajo: Comodo
Riesgos de enfermedades profesionales: B
Autoridad para tomar decisiones: Rápida
Tipo de supervisión recibida: Ninguna
Relaciones Interpersonales Internas:
Relaciones Interpersonales Externas:

Fuentes: Administración 5ta edición

Elaboración: Las Autoras

Cuadro 13. Funcion del cargo Auditor

FUNCION DEL CARGO: Auditor
Edad: Género:Femenino
Estado Civil:Casado
COMPETENCIAS:
<u>Competencias conductuales :</u>
Trabaje en Equipo, y un buen Liderazgo
<u>Competencias Técnicas:</u>
➤ Educación: Master en Auditoria Interna
➤ Experiencia: 3 años en cargos anteriores
CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA:
<u>Cursos Generales:</u>
Seminario Contables
<u>Cursos de especialización:</u>
Auditorias Externas e Internas
Entrenamiento en el Puesto: Varios
Conocimiento de Idiomas: Ingles avanzado,frances
Ambiente de trabajo: Comodo
Riesgos de enfermedades profesionales: B
Autoridad para tomar decisiones:Rápidas
Tipo de supervisión recibida:Inmediata
Relaciones Interpersonales Internas:Buenas
Relaciones Interpersonales Externas:Buenas

Fuentes: Administración 5ta edición

Elaboración: Las Autoras

Cuadro 14. Funcion del cargo Cajero

FUNCION DEL CARGO: Caja
Edad: 18-25 años
Género: Masculino-Femenino
Estado Civil: Soltero
COMPETENCIAS:
<u>Competencias conductuales :</u>
Trabaje en Equipo,Iniciativa y un buen Liderazgo
<u>Competencias Técnicas:</u>
➤ Educación: Bachillerato
➤ Experiencia: No indispensable
CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA:
<u>Cursos Generales:</u>
Básicos
<u>Cursos de especialización:</u>
Contabilidad
Entrenamiento en el Puesto: Varios
Conocimiento de Idiomas: Ingles Básico
Ambiente de trabajo: Comodo
Riesgos de enfermedades profesionales: B
Autoridad para tomar decisiones:rápidas
Tipo de supervisión recibida:Rápidas
Relaciones Interpersonales Internas:si
Relaciones Interpersonales Externas:si

Fuentes: Administración 5ta edición

Elaboración: Las Autoras

Cuadro 15. Funcion del cargo Supervisor

FUNCION DEL CARGO: Supervisor
Edad: 25-30 Años
Género: Femenino-Masculino
Estado Civil: Soltero-Casado
COMPETENCIAS:
<u>Competencias conductuales :</u>
Trabaje en Equipo,Iniciativa y un buen Liderazgo
<u>Competencias Técnicas:</u>
➤ Educación: Superior en administración o carreras a fines
➤ Experiencia: 1año
CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA:
<u>Cursos Generales:</u>
De ventas avanzadas
<u>Cursos de especialización:</u>
En ventas y marketing
Entrenamiento en el Puesto: Varios
Conocimiento de Idiomas: ingles básico
Ambiente de trabajo: Comodo
Riesgos de enfermedades profesionales: B
Autoridad para tomar decisiones:rápidas
Tipo de supervisión recibida:rápidas
Relaciones Interpersonales Internas:Si
Relaciones Interpersonales Externas:Si

Fuentes: Administración 5ta edición

Elaboración: Las Autoras

Cuadro 16. Funcion del cargo Limpieza y Mantenimiento

FUNCION DEL CARGO: Limpieza y Mantenimiento
Edad: 25-45
Género: Masculino
Estado Civil: Casado
COMPETENCIAS:
<u>Competencias conductuales :</u>
Trabaje en Equipo,Iniciativa y un buen Liderazgo
<u>Competencias Técnicas:</u>
➤ Educación: Bachiller
➤ Experiencia: No indispensable
CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA:
<u>Cursos Generales:</u>
Básicos
<u>Cursos de especialización:</u>
Ninguno
Entrenamiento en el Puesto:Rápido
Conocimiento de Idiomas: Ingles básico
Ambiente de trabajo: Comodo
Riesgos de enfermedades profesionales: B
Autoridad para tomar decisiones:rápidas
Tipo de supervisión recibida:rápida
Relaciones Interpersonales Internas:si
Relaciones Interpersonales Externas:si

Fuentes: Administración 5ta edición

Elaboración: Las Autoras

Cuadro 17. Funcion del cargo Personal de Servicio

FUNCION DEL CARGO: Personal de Servicio
Edad: 25-45
Género: Masculino-Femenino
Estado Civil: Casado
COMPETENCIAS:
<u>Competencias conductuales :</u>
Trabaje en Equipo
<u>Competencias Técnicas:</u>
➤ Educación: Bachiller
➤ Experiencia: Ninguna
CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA:
<u>Cursos Generales:</u>
Ninguno
<u>Cursos de especialización:</u>
Ninguno
Entrenamiento en el Puesto: Varios
Conocimiento de Idiomas: Ingles Básico
Ambiente de trabajo: Comodo
Riesgos de enfermedades profesionales: B
Autoridad para tomar decisiones: Rápida
Tipo de supervisión recibida: Rápida
Relaciones Interpersonales Internas: si
Relaciones Interpersonales Externas: si

Fuentes: Administración 5ta edición

Elaboración: Las Autoras

Cuadro 18. Funcion del cargo Seguridad

FUNCION DEL CARGO: Seguridad
Edad: 25-30
Género: Masculino
Estado Civil: Casado
COMPETENCIAS:
<u>Competencias conductuales :</u>
Trabaje en Equipo,Iniciativa y un buen Liderazgo
<u>Competencias Técnicas:</u>
➤ Educación: Bachiller
➤ Experiencia: 1año
CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA:
<u>Cursos Generales:</u>
En armas
<u>Cursos de especialización:</u>
Armas
Entrenamiento en el Puesto: Varios
Conocimiento de Idiomas: Ingles básico
Ambiente de trabajo: Comodo
Riesgos de enfermedades profesionales: B
Autoridad para tomar decisiones:rápidas
Tipo de supervisión recibida:rápidas
Relaciones Interpersonales Internas:si
Relaciones Interpersonales Externas:si

Fuentes: Administración 5ta edición

Elaboración: Las Autoras

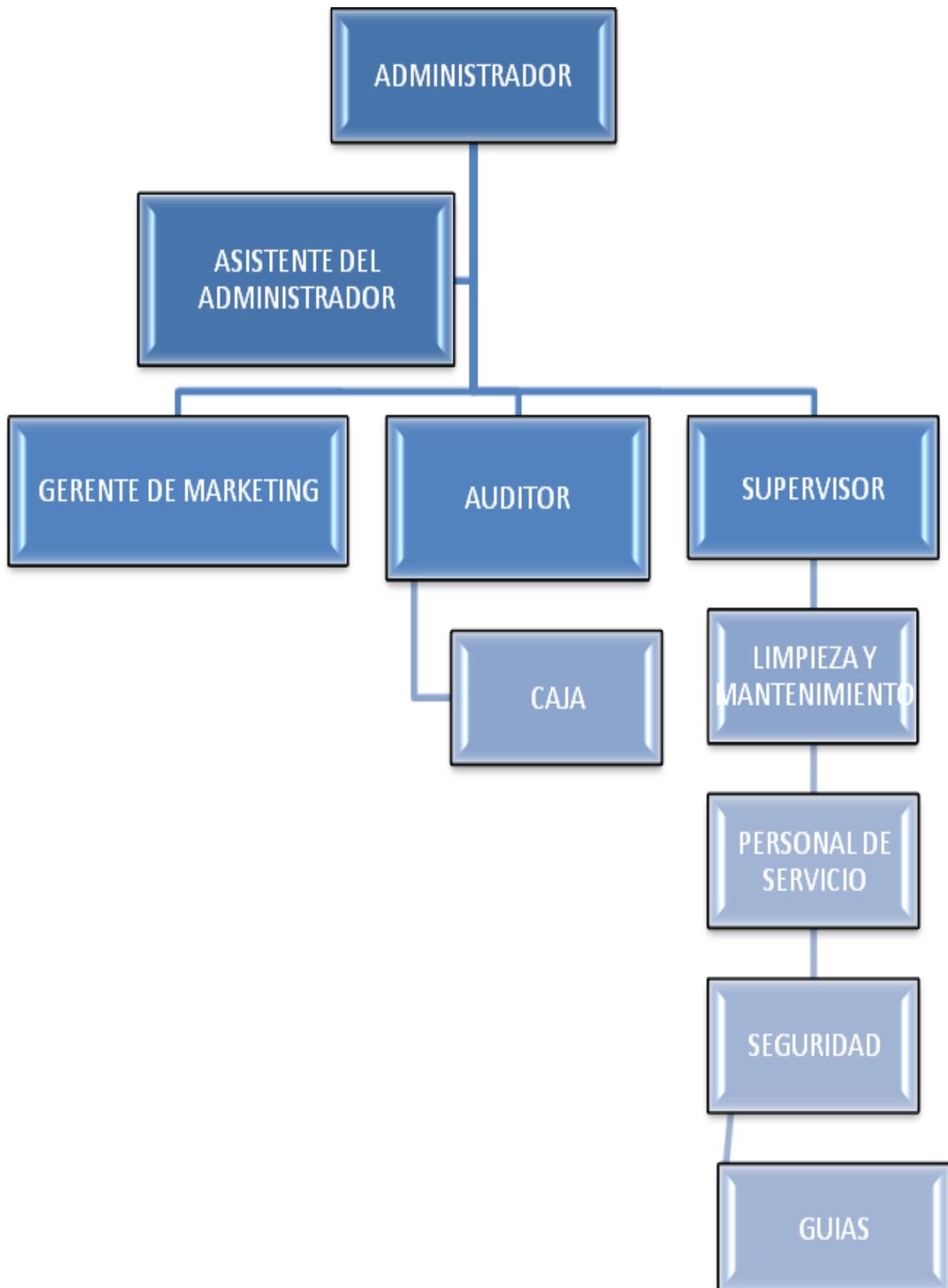
Cuadro 19. Funcion del cargo Guías

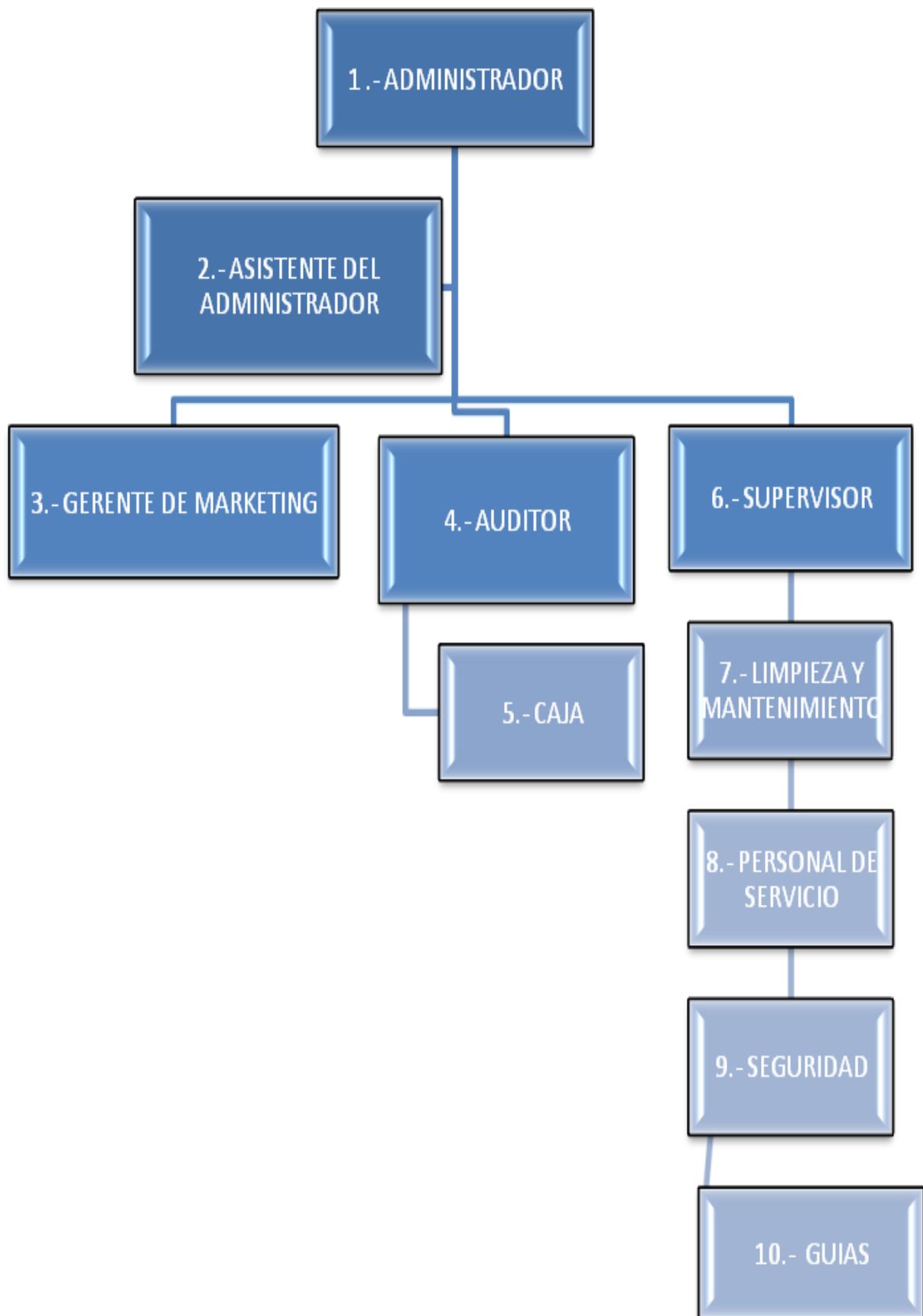
FUNCION DEL CARGO: Guías
Edad: 18-25 Años
Género: Masculino-Femenino
Estado Civil: Solteros
COMPETENCIAS:
<u>Competencias conductuales :</u>
Trabaje en Equipo,Iniciativa y un buen Liderazgo
<u>Competencias Técnicas:</u>
➤ Educación: Bachiller
➤ Experiencia: 1 años
CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA:
<u>Cursos Generales:</u>
En Natación
<u>Cursos de especialización:</u>
Ninguna
Entrenamiento en el Puesto: Varias
Conocimiento de Idiomas: Ingles básico
Ambiente de trabajo: Comodo
Riesgos de enfermedades profesionales: B
Autoridad para tomar decisiones:rápidas
Tipo de supervisión recibida:rápida
Relaciones Interpersonales Internas:si
Relaciones Interpersonales Externas:si

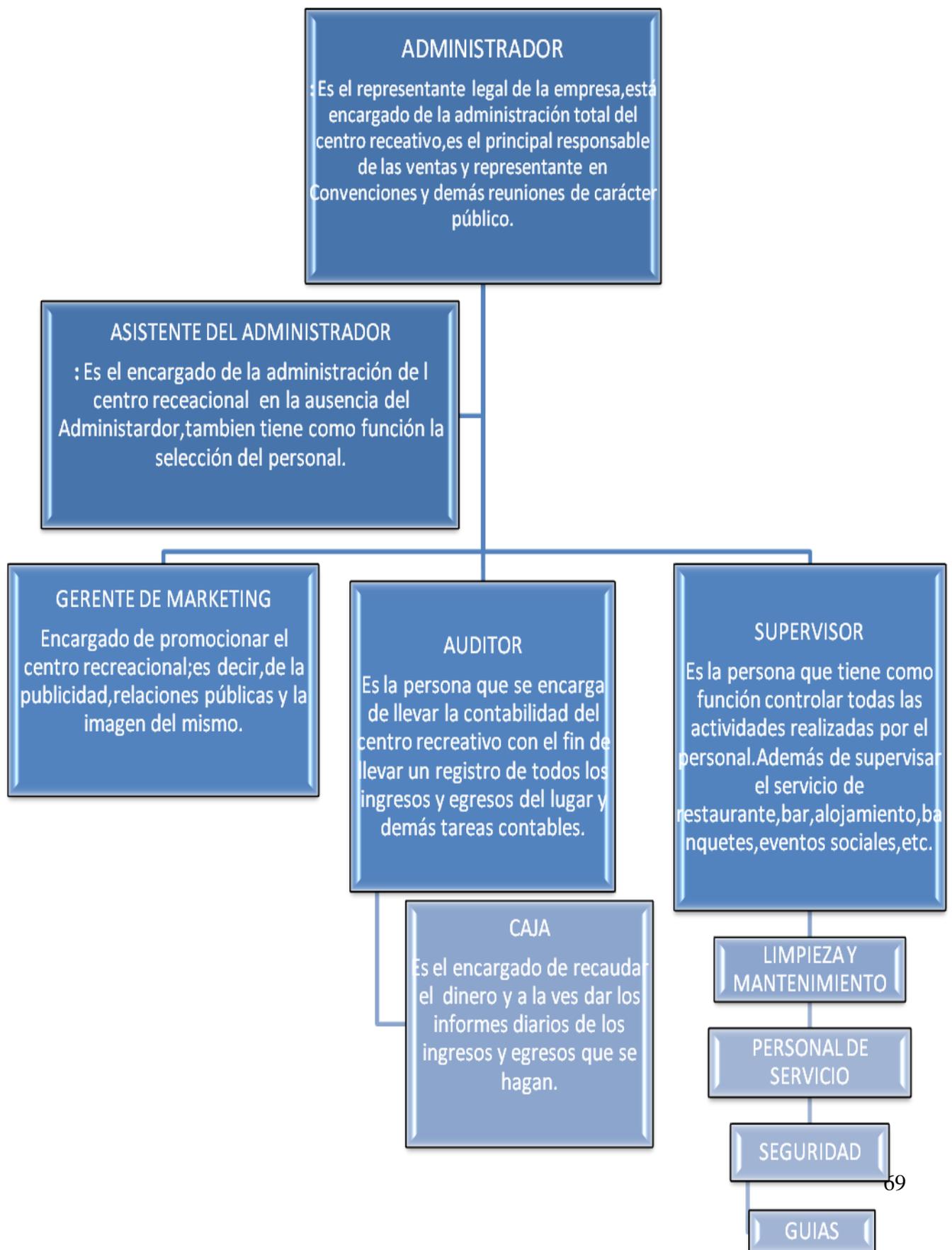
Fuentes: Administración 5ta edición

Elaboración: Las Autoras

5.2.5 ORGANIGRAMA







5.2.6 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Cuadro 20. Descripción del Administrador

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	ADMINISTRADOR
Código 001	
Supervisa: A nadie	
Misión del cargo:	
Es el representante legal de la empresa, está encargado de la administración total del centro recreativo, es el principal responsable de las ventas y representante en Convenciones y demás reuniones de carácter público	
ANÁLISIS DEL CARGO	
Requisitos mínimos:	
Haber dirigido con un mínimo de 3 años empresas orientadas al entretenimiento recreacional.	
Experiencia en trámites de licencia turística	

Fuentes: administración 2do tomo

Elaboración: Las autoras

Cuadro 21. Descripción del Asistente del Administrador

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	Asistente de administrador
Código 002	
Supervisa: ayuda al administrador a llevar el control de todas las áreas de la institución.	
Misión del cargo:	
Es el encargado de la administración del centro recreacional en la ausencia del Administrador, también tiene como función la selección del personal y que se cumpla con las metas requeridas	
ANÁLISIS DEL CARGO	
Requisitos mínimos:	
Licenciado en Gestión Empresarial	
Ingeniero Comercial	
Haber obtenido mínimo 3 años de experiencia	

Fuentes: administración 2do tomo

Elaboración: Las autoras

Cuadro 22. Descripción del Gerente de Marketing

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	Gerente de Marketing
Código 003	
Supervisa: Al personal del departamento de ventas	
Misión del cargo:	
Encargado de promocionar el centro recreacional; es decir, de la publicidad, relaciones públicas y la imagen del mismo. Además de organizar los distintos eventos que se realicen en el centro recreacional.	
ANÁLISIS DEL CARGO	
Requisitos mínimos:	
Licenciado o Ingeniero en Marketing y ventas	
Haber obtenido mínimo 3 años de experiencia	

Fuentes: administración 2do tomo

Elaboración: Las autoras

Cuadro 23. Descripción del Auditor

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	AUDITOR
Código 004	
Supervisa: ninguno	
Misión del cargo:	
Es la persona que se encarga de llevar la contabilidad del centro recreativo con el fin de llevar un registro de todos los ingresos y egresos del lugar y demás tareas contables.	
ANÁLISIS DEL CARGO	
Requisitos mínimos:	
Contador Público Autorizado C.P.A. Ingeniero Comercial Economista Haber llevado la contabilidad en empresas con un mínimo de 3 años de experiencia.	

Fuentes: administración 2do tomo

Elaboración: Las autoras

Cuadro 24. Descripción de Caja

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	Caja
Código 005	
Supervisa: Boleteria,Bar,y a los juegos	
Misión del cargo:	
. Es el encargado de recaudar el dinero y a la vez dar los informes diarios de los ingresos y egresos que se hagan.	
ANÁLISIS DEL CARGO	
Requisitos mínimos:	
Ser bachiller contable Tener experiencia en caja por lo minimo un año	

Fuentes: administración 2do tomo

Elaboración: Las autoras

Cuadro 25. Descripción del Supervisor

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo:	Supervisor
Código 006	
Supervisa:	
Al area de limpieza y mantenimiento, personal de servicio, seguridad y guias	
Misión del cargo:	
Es la persona que tiene como función controlar todas las actividades realizadas por el personal. Además de supervisar el servicio de restaurante, bar, alojamiento, banquetes, eventos sociales, etc.	
ANÁLISIS DEL CARGO	
Requisitos mínimos:	
Licenciado en Gestion Empresarial	
Ingeniero Comercial	
Haber obtenido mínimo 3 anos de experiencia	

Fuentes: administración 2do tomo

Elaboración: Las autoras

5.3 ANALISIS DEL MERCADO

5.3.1 MODELO DE LAS 5 FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER

Competidores: De los centros recreacionales existentes en la ciudad de Milagro se considera como competencia del proyecto son: visaltur,albricias,rancho oasis, y los de adentro de la provincia del Guayas, como es: Rey Park y Pedregal, estos lugares ofrecen un servicio similar al que va a brindar el proyecto, a los mismos asisten personas de clase media,media alta y alta a las cuales les gusta relacionarse con la tranquilidad ,naturaleza y la aventura, haciendo que las personas disfruten de un entorno original, cómodo y seguro.

Proveedores: Se tendrá cierto poder de negociación con alguno de los proveedores debido a que existen otros oferentes que venden estos mismos productos y se podrá comparar precios y promociones.

Las cuales serian:

- ✓ Empresa Ingaseosa s.a “Coca Cola” la cual será nuestra proveedora en la linea de gaseosas, jugos y aguas.
- ✓ Cervecería Nacional S.A.: ofrece un amplio portafolio de bebidas que van desde cervezas hasta refrescos las cuales se encuentran elaboradas bajo estrictos estándares internacionales con el fin de brindar a sus clientes productos que posean un delicioso sabor pero sobretodo una excelente calidad, pilsener, club, dorada, pilsener light, agua sin gas manantial, pony malta, agua con gas manantial
- ✓ Confiteca: La universal y nestle estas empresas nos proverán de todo a lo que en confite se refiere.
- ✓ Comisariato”Devis Corp” (Milagro”) siendo uno de los mas surtidos y económicos de la Ciudad de Milagro en donde podriamos comprar la variedad de alimentos que se requieran.

- ✓ Pronaca: El cual será nuestro proveedor de las diferentes carnes, pues es una empresa con experiencia en la venta de productos de alta calidad e higiene.

Clientes: Son nuestro grupo objetivo, los cuales tienen un poder de negociación ya que pueden exigir mejoras en el servicio que brinda el proyecto.

Competidores Potenciales: Son aquellos centros recreacionales que se planean construir en la zona este de la ciudad de Milagro (Cdla San Miguel Cien Camas).

Sustitutos: En la ciudad de Milagro se tienen otros tipos de recreación que son, parques, zonas rosa, cines y centros comerciales, canchas barriales, billares a los cuales asisten las personas con la finalidad de distraerse.

5.3.2 ANÁLISIS FODA



Figura 2. Analisis Foda

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Adecuada estructura organizativa dentro del centro. ➤ Ofrecer un servicio diferenciado, ya que no sólo ofrecer comida típica, sino un lugar donde se pueda hacer deporte y otras actividades de sana diversión. ➤ Seguridad del caso que garantice a los asistentes momentos de esparcimiento sin preocupación. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alto nivel de endeudamiento. ➤ Por su ubicación se tendría que depender del servicio de taxi o medios de transportes masivo, estos últimos no podrían ser aportados por el proyecto. ➤ En un futuro si podría ponerse en función aumentando dicho servicio.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Llegar a todo el mercado nacional ➤ Impulsar progrmas de capacitación y promoción, apoyando al deporte a través de convenios con distintas empresas. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La inestabilidad económica del país. ➤ Entradas de futuros competidores a nuestra ciudad. ➤ Desastres naturales

SEGMENTACION

La segmentación que se ha escogido para este proyecto es por el estilo de vida en el cual se analizan los aspectos demográficos y psicográficos de las personas que frecuentan estos lugares.

El perfil de las personas para el segmento que se ha escogido es:

Demográfico: Hombres y mujeres de 18 a 45 años en adelante, familias con hijos, grupos de estudiantes el cual tienen un nivel económico medio, medio alto y alto, que le gusta realizar actividades al aire libre y frecuentan centros recreacionales.

PSICOGRÁFICOS: Lugares de esparcimiento donde puedan asistir con las familias, amigos a una sana distracción, para los que les gusta pasar momentos en familia tenemos un sin número de actividades libres de estrés.



Figura 3. Centro Recreacional



Figura 4. Centro Recreacional

MERCADO META

El mercado meta para nuestro proyecto no solo sera los habitantes del sector y de la provincia del Guayas,tambien se espera captar clientes a nivel nacional e internacional

El mercado meta extranjero son los turistas provenientes de:Estados Unidos,Colombia, y Peú en lo que respecta a América; Alemania,España, y Francia en la parte de Europa,ya que este es el mercado extranjero mas importante que visitan el Ecuador.

El mercado meta a nivel sierra serán principalmente los turistas provenientes de : Quito,Cuenca; Ambato; por ser de la región interandina que más visitan nuestra provincia.

5.3.3COMPOSICIÓN DEL MERCADO

Sera basada en los beneficios que este ofrece,pues se va a promover como un centro recreacional variado algo nuevo ,donde las pesonas encuentren sana diversión y naturaleza al mismo tiempo, y asi brindar servicios de excelente calidad con precios modicos,llegando hacer de esta manera el mejor centro recreacional de esparcimiento.

5.3.4MARKETING MIX

SERVICIO

Es el centro Recreacional el cual llevará por nombre “EPICENTRO DE LA DIVERSION” ofrecerá diferentes alternativas de distracción,las mismas que comprenden:

- ❖ Juegos recreativos para niños(escaleras chinas,columpios,resbaladeras,troncos de madera,carrusel,casitas de madera.)
- ❖ 3 Piscinas(Piscinas grandes,Piscina semiolimpica,y piscina para niños.)
- ❖ Bar restaurante
- ❖ Canchas deportivas (Básquet,volley,fútbol,indor,tenis,)
- ❖ Salon de eventos sociales
- ❖ Bar karaoke



Figura 5. Bar Restaurant del Centro Recreacional



Figura 6. Sala de eventos

A mas de degustar deliciosos platos típicos como la carne asada y arroz con menestra, y el pescado con patacones (plátano verde), el arroz marinero, el maduro (plátano) asado o frito y la cazuela de mariscos, son también parte de la gastronomía de nuestra ciudad, y asi disfruten de la tranquilidad y la aventura, de vivir momentos inolvidables rodeado de un entorno natural, comodo y seguro.

PRECIO

El precio de las entradas esta basado en la competencia. Se cobrará un precio diferenciado al lugar, los cuales comprenden:

Domingo y Feriados

- Adultos:\$3.00
- Niños:(hasta 12 años)\$2.00
- Discapacitados:\$1.50
- Personas Mayores\$ 1.50
- Plan Familiar

- 2 Adultos con 2 niños: \$8.00

Martes a Sabado

- Adultos:\$2
- Niños:\$1.5
- Discapacitados:\$1.00
- Personas Mayores\$ 1.00

Plan Familiar

- 2 Adultos con 2 años \$5.00

Estas tarifas no incluyen los servicios a prestar

PLAZA

Para lograr una mayor disponibilidad de información y accebilidad al centro receacional “Epicentro de la diversión” se instalará un local en el terminal terrestre de la ciudad de Milagro,al cual las personas podrán acercarse a pedir cualquier tipo de información y también hacer resevaciones.

PUBLICIDAD

- Publicidad en los periodicos más leidos como son: El universo y el Comercio en Quito y el las emisoras mas destacadas como atalaya,fabu,cupido.
- Publicidad en la revista Vistazo,Onda,ya que es la preferida tanto a hombres como mujeres de ambas ciudades
- Folletos informativos sobre la recreación,y de distracción que brinda el centro recreativo“Epicentro de la diversión” los mismos que se repartirán en las agencias d viajes

5.4 ESPECIFICACIÓN DEL PROYECTO

5.4.1 LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO

Se dispone para el proyecto de 11.21 hectáreas de terreno ,ubicados en la zona este de la ciudad de Milagro(San Miguel Cien Camas) a 10 minutos del cuartel de la policia nacional asi como tambien a 100 metros del hospital del IESS,el tamaño sera construido sobre una extensión de 112.211 metros cuadrados,se considera la adecuada para la creación de un centro recreacional para ofrecer los diferentes servicios que brinde el centro,además que el lugar donde las personas van a desarrollar las diferentes actividades tenga el área necesaria para la comodidad y satisfacción de los mismos.

Rutas de acceso a Milagro

Para ingresar a Milagro existen cuatro vias de acceso que son:

- Kilometro 26-Milagro y la Autopista Guayaquil-Milagro
- Yaguachi-Milagro
- Naranjito-Milagro
- Simon Bolivar-Milagro



Figura 7. Mapa de localización de acceso a Milagro

5.4.2 CAPACIDAD

La capacidad máxima es de 300 personas y será construido sobre una extensión de 112.211 metros cuadrados, se considera la adecuada para la creación de un centro recreacional para ofrecer los diferentes servicios que brinde el centro, además que el lugar donde las personas van a desarrollar las diferentes actividades tenga el área necesaria para la comodidad y satisfacción de las mismas.

5.4.3 DISTRIBUCIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPOS

- Recepción
- Oficinas
- Vestidores
- Cocina amplia
- Bar
- Baño para caballeros
- Baño para mujeres
- Pista de baile
- Área de descanso (hamacas, cabañas habitacionales)
- Sala de video
- Mesas de ping pong
- Mesa de billar
- 2 Toboganes
- 2 piscinas
- Escalera chinas
- Columpios
- Resbaladeras
- Troncos de madera
- Carrusel
- 12 cabañas
- 1 cancha de fútbol
- 3 canchas de boly

5.4.4 PROCEDIMIENTOS

Cuadro 26. Procedimientos del Administrador

TÍTULO DEL PROYECTO:		
CARGO: Administrador		
Proceso: Administración total del centro recreativo. -		
Actor: Administrador		
Objetivos Cumplir con todas las metas propuestas en el Centro Recreacional		
Políticas Ser responsable y honesto en sus obligaciones		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Administrador	Inicio	Fin
1. Llegar a la oficina	Verifica que todo el personal haya llegado	Encomienda las tareas a relizar
2.	Revisa trabajo pendiente	Reune a los subordinados para revisar algún pendiente.

Fuente: Administración 2da edición

Cuadro 27. Procedimientos del Asistente del Administrador

TÍTULO DEL PROYECTO:		
CARGO: asistente del administrador		
Proceso: ayuda al administrador a llevar el control de todas las áreas de la institución.		
Actor: Asistente del Administrador		
Objetivos		
Políticas		
<p>Es el encargado de la administración de l centro receacional en la ausencia del Administrador,tambien tiene como función la selección del personal y a que se cumpla con las metas rerqueridas</p>		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Asistente del administrador	Inicio	Fin
3. Llega a la oficina	Recibe ordenes del superior	Ayuda a que se lleve a cabo el trabajo encomendado
4.	Se encarga de receptar todo tipo de contratos y trabajos especificos	Revisa el trabajo para mañana y se va

Fuente: Administración 2da edición

Cuadro 28. Procedimientos del Gerente de Marketing

TÍTULO DEL PROYECTO:		
CARGO: Gerente de Marketing		
Proceso: Al personal del departamento de ventas		
Actor: Gerente de Marketing		
Objetivos Encargado de promocionar el centro recreacional; es decir, de la publicidad, relaciones públicas y la imagen del mismo.		
Políticas de organizar los distintos eventos que se realicen en el centro recreacional.		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Gerente de marketing	Inicio	Fin
5. Llega a la oficina	Revisa que la publicidad haya sido entregada correctamente.	Termina el trabajo terminado y revisado.
6.	Promociona la imagen del Centro Recreacional a través de volantes, periódicos etc.	Pide alguna novedad las resuelve y se retira

Fuente: Administración 2da edición

Cuadro 29. Procedimientos del Auditor

TÍTULO DEL PROYECTO:		
CARGO: Auditor		
Proceso: departamento de contabilidad		
Actor: Auditor		
Objetivos Es la persona que se encarga de llevar la contabilidad del centro recreativo c		
Políticas llevar un registro de todos los ingresos y egresos del lugar y demás tareas contables.		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Auditor	Inicio	Fin
7. Llega a la oficina	Lleva el control de los registros contables	Firma los balances y da por terminado dicho trabajo
8.	Es el responsable de los ingresos y egresos de la institución	Los revisa firma y se va

Fuente: Administración 2da edición

TÍTULO DEL PROYECTO:		
CARGO: Caja		
Proceso: Boleteria,Bar,y a los juegos		
Actor: Caja		
Objetivos Es el encargado de recaudar el dinero y a la ves dar los informes diarios de los ingresos y egresos que se realicen.		
Políticas :		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
Caja	Inicio	Fin
9. Llega a la ofina	Cobra las entradas y de todos los servicios que se ofrecen	Realiza el arqueo de caja al final del dia

Fuente:Administración 2da edición

JUSTIFICACIÓN DE LOS INGRESOS

En promedio ingresarán 2 niños por cada 3 adultos

El 80% de los adultos probarán un plato típico, mientras que el 50% de los niños lo consumirán

El 50% de los que ingresen comprarán botellas de agua

Según estudio por cada adulto se consumirá 1.25 botellas de colas y en los niños el 0.75 de ellos consumirán al menos una.

El 40% de los visitantes comprará jugos de conservas.

El 30% de los adultos consumirá jugos naturales y el 20% de los niños también lo consumirán

Las bebidas alcohólicas se venderán en promedio de 1.2 botellas por cada adulto.

Se realizarán 1 evento institucional cada quincena

Se alquilará la discoteca para fiestas cada semana.

En promedio habrá 15 partidos de futbol cada semana

En promedio habrá 6 partidos de tenis cada semana

En promedio habrá 10 partidos de vóley cada semana

En promedio ingresarán al sauna 150 personas cada semana

ANALISIS FINANCIERO

Los flujos de Efectivos proyectados son evaluados a valor presente y comparados con la Inversión Inicial. Analizados y descontados a la tasa de préstamo del banco, la suma de los flujos futuros descontados superan el desembolso inicial, por lo tanto el proyecto es viable.

La suma de los flujos netos anuales se van sumando hasta poder recuperar lo invertido. Para este proyecto cuando hayan pasado 3,5 años se habrá recuperado el desembolso inicial

Todos los flujos de cada año se suman y dividen para la vida del proyecto y sacamos un promedio de flujo neto por año, para ser comparado a la inversión inicial y saber cuanto se recupera en promedio año a año.

Comparando ingresos futuros a valor presente con el egreso realizado en el presente, obtenemos un indicador que dice que los ingresos podrán cubrir a los egresos 1,09 veces. Este índice contesta a la pregunta de en qué porcentaje superan los ingresos en valores presentes a los egresos realizados en el presente. En este caso los supera en 9,28%.

La tasa de retorno nos indica cual es la tasa de recuperación de capitales que internamente genera el negocio, y que sería conveniente que supere a la tasa de préstamo. Es decir la inversión de nuestro negocio generará recursos a una tasa del 15,45%, mucho más que la tasa que tengo que pagar en los préstamos.

El punto de equilibrio nos muestra cuanto debería vender expresado en dólares el primer año con la finalidad de conocer que se superan los costos directos e indirectos; y además saber cuánto representa porcentualmente de las ventas proyectadas.

Nos indica cuantas veces podrán ser cubierto los pagos a los prestamos que se tuviese, contando el flujo del año. Nos indica cuánto representa porcentualmente el gasto de personal y de intereses del total de ventas.

Nos indica cuanto significa porcentualmente el gasto de la mano de obra sobre el total invertido en activos Fijos para generar empleo.