

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**“PLAN DE NEGOCIOS PARA CONTRIBUIR AL LOGRO DE LA AUTOSOSTENIBILIDAD DEL
PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO DEL PUERTO LA LIBERTAD”**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

AYALA VALDEZ, KAREN IVETTE

MORÁN ORELLANA, OMAR ALEJANDRO

PREZA VÁSQUEZ, LUIS ARMANDO

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FEBRERO 2016

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector Interino : Lic. Luis Argueta Antillón

Secretaria : Dra. Ana Leticia de Amaya

Facultad de Ciencias Económicas

Decano : Lic. Nixon Rogelio Hernández Vásquez

Secretario : Msc. José Ciriaco Gutiérrez Contreras

Tribunal Calificador

Lic. Rafael Arístides Campos

Lic. Alfonso López Ortiz

Lic. Atilio Alberto Montiel Herrera (Docente Asesor)

FEBRERO, DE 2016

San Salvador, El Salvador, Centro América

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por haberme permitido culminar con mis estudios universitarios y haberme acompañado a lo largo de todo este proceso. A mi padre Santos Ayala y mi madre Noemí de Ayala por su amor y apoyo incondicional en todas mis metas y decisiones durante toda mi vida. A mis hermanos Verónica y Oscar Ayala por alentarme acompañarme y motivarme a seguir por mi sueño. A mi amiga Nydia Carolina Grande por su apoyo y palabras de ánimo, a mis amigos, maestros y personas que de una u otra manera me apoyaron con palabras de ánimo para seguir adelante durante mi formación profesional. A nuestro asesor Lic. Alberto Montiel por su apoyo, guía y traslado de conocimientos en el desarrollo del trabajo de graduación y mis compañeros de equipo de trabajo por haberme apoyado en el desarrollo y culminación del mismo. ¡Bendiciones!

“Todo lo Puedo En Cristo que me Fortalece” Filipense 4:13

Karen Ivette Ayala Valdez

Aun después de las dificultades presentadas en el camino, he logrado culminar todos mis esfuerzos primeramente gracias a Dios, que me ha brindado su misericordia en todo momento y en todo lugar a lo largo de mi vida, también agradezco a mis padres y a mi hermana, que siempre apoyaron mis ideales, y siempre me han acompañado en los caminos difíciles, de igual manera, a mis compañeros, que han trabajado arduamente, y han demostrado su compromiso en lo largo del desarrollo de este trabajo de graduación, y agradezco grandemente al licenciado Atilio Montiel, por brindarnos su apoyo incondicional y todo su conocimiento brindado.

Omar Alejandro Morán Orellana

Quiero agradecer en primer lugar a Dios todopoderoso por haberme permitido lograr un nuevo triunfo en mi vida académica, a quien debo lo que soy y lo que tengo, por la fuerza y la fortaleza que me ha brindado hasta el día de hoy, por estar conmigo en las buenas y en las malas, más aun en los malos momentos dándome su amor, consuelo y esperanza. En segundo lugar a mi querida familia que de muchas maneras me apoyaron, en especial a mis dos corazones: mi madre y mi padre, por su amor y apoyo, a mis compañeros de trabajo de graduación: Karen Ayala y Omar Morán, que siempre me apoyaron con su ayuda incondicional, y su familia, al poner a nuestra disposición su hogar para realizar el trabajo en equipo, al Lic. Atilio Alberto Montiel, Lic. Alfonso López Ortiz por toda su instrucción.

Finalmente, a todos los que de una u otra manera me ayudaron durante toda la carrera aportando al logro de este éxito en mi vida.

Luis Armando Preza Vásquez.

INDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	III
CAPÍTULO I - PERFIL DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS Y ASPECTOS BÁSICOS DE LA AUTOSOSTENIBILIDAD	
I. GENERALIDADES DEL TURISMO EN EL SALVADOR.....	1
A. <i>Antecedentes del Sector Turismo en El Salvador</i>	1
1. Evolución Histórica del Turismo en El Salvador	1
B. <i>Importancia del Turismo</i>	2
1. Económica	2
2. Social	3
3. Ambiental.....	3
C. <i>Fundamentos Teóricos del Turismo</i>	3
1. Conceptos Generales.....	3
D. <i>Entidades Rectoras del Turismo</i>	6
1. Instituto Salvadoreño de Turismo	6
2. Cámara Salvadoreña de Turismo	6
3. Corporación Salvadoreña de Turismo	7
4. Ministerio de Turismo	7
II. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE LA LIBERTAD	7
A. <i>Antecedentes históricos del municipio de La Libertad</i>	7
III. ASPECTOS GENERALES DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO	8
A. <i>Antecedentes</i>	8
B. <i>Servicios que ofrece</i>	9
C. <i>Personal del parque acuático municipal</i>	9
IV. GENERALIDADES DE LOS PLANES DE NEGOCIOS	10
A. <i>Definiciones</i>	10
B. <i>Objetivos del Plan de Negocios</i>	11
C. <i>Características de un Plan de Negocios</i>	11
D. <i>Modelo y Componentes de un Plan de Negocios</i>	12

E.	<i>Análisis y Situación Interna y Externa</i>	13
V.	GENERALIDADES DEL ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	14
A.	<i>Filosofía Organizacional</i>	14
B.	<i>Estructura Organizacional</i>	15
C.	<i>Perfil de puestos</i>	15
D.	<i>Manual de análisis y descripción de puestos</i>	16
1.	Definiciones de Manuales.....	16
VI.	GENERALIDADES DEL ESTUDIO DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING	17
A.	<i>Estudio de Mercado</i>	17
1.	Análisis de la Oferta.....	18
2.	Análisis de la Demanda	19
3.	Estimación de la Demanda	21
B.	<i>Plan de Marketing</i>	23
1.	Establecimiento de precio.....	23
2.	Objetivos Publicitarios	24
3.	Presupuesto Publicitario	25
4.	Estrategia Publicitaria	26
5.	Diseño de Instrumentos Publicitarios.....	27
C.	<i>El Marketing Turístico</i>	28
1.	Características de marketing turístico.....	28
2.	Producto Turístico.....	28
VII.	GENERALIDADES DEL ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	32
A.	<i>Presupuesto</i>	33
B.	<i>Fuentes de Financiamiento</i>	34
1.	Fondo FODES	34
2.	Préstamos bancarios	35
3.	Titularizaciones.....	36
VIII.	GENERALIDADES DE LA AUTOSOSTENIBILIDAD	36
A.	<i>Definición</i>	36
B.	<i>Importancia de la autosostenibilidad</i>	37
C.	<i>Características de la autosostenibilidad</i>	38
D.	<i>Tipos de Autosostenibilidad</i>	38

E. Elementos de las entidades autosostenibles	39
---	----

CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA AUTOSOSTENIBILIDAD DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO DEL PUERTO LA LIBERTAD

I. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	41
II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	42
A. Métodos de la investigación	42
1. Analítico	42
2. Deductivo	42
B. Tipo de investigación	42
C. Tipo de diseño de la investigación	43
D. Técnicas e instrumentos de recolección de información	43
1. La Entrevista	43
2. La Encuesta	43
3. La Observación	43
E. Fuentes de recolección de información	43
1. Primarias	44
2. Secundarias	44
F. Determinación del universo y la muestra	44
1. Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad	44
2. Clientes Actuales del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío}	44
3. Clientes Potenciales del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío	46
G. Tabulación y análisis de datos	47
1. Tabulación de la información	47
2. Análisis e Interpretación de los datos	47
3. Presentación de los resultados	47
III. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO DEL PUERTO LA LIBERTAD	47
A. Filosofía y Estructura Organizacional del Parque Acuático	47
1. Filosofía Institucional	47
2. Estructura Organizacional y Herramientas Administrativas	48
3. Información sobre las actividades laborales	48

4.	Personal del Parque Acuático.....	48
5.	Servicios que ofrece	48
B.	<i>Análisis de la Autosostenibilidad del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad.</i>	49
C.	<i>Análisis FODA</i>	50
1.	Identificación de las Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades.....	50
2.	Identificación de Factores Internos y Externos	51
D.	<i>Estudio de Mercado</i>	52
1.	Análisis de la Oferta.....	52
2.	Análisis de la Demanda	52
3.	Mezcla de Marketing.....	52
E.	<i>Estudio Económico Financiero</i>	54
1.	Ingresos y Egresos	54
2.	Fuentes de Financiamiento.....	56
IV.	ALCANCES Y LIMITACIONES.....	57
A.	<i>Alcances</i>	57
B.	<i>Limitaciones</i>	58
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	58
A.	<i>Conclusiones</i>	58
B.	<i>Recomendaciones</i>	59

CAPÍTULO III. PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS QUE CONTRIBUYA AL LOGRO DE LA AUTOSOSTENIBILIDAD DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO DEL PUERTO LA LIBERTAD

I.	OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIOS	60
1.	<i>Objetivo General</i>	60
2.	<i>Objetivos Específicos</i>	60
II.	RESUMEN EJECUTIVO.....	61
III.	PERFIL DEL PARQUE ACUÁTICO.....	62
IV.	DISEÑO DE ESTRATEGIAS PROPUESTAS PARA EL LOGRO DE LA AUTOSOTENIBILIDAD DEL PROYECTO PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO	63
A.	<i>Propuesta del plan organizacional</i>	63

1.	Misión	63
2.	Visión	63
3.	Objetivos Institucionales	63
4.	Valores.....	64
5.	Políticas	65
6.	Estructura Organizacional.....	66
7.	Manual de Análisis y Descripción de Puestos	68
B.	<i>Plan de Marketing</i>	68
1.	Diseño de estrategias de mercadotecnia.....	68
2.	Mezcla Estratégica de Mercadotecnia	71
3.	Estrategias Corporativas.....	78
C.	<i>Plan económico Financiero</i>	80
1.	Presupuesto de ingresos	80
2.	Presupuesto de costos	86
3.	Presupuesto de gastos administrativos	87
4.	Presupuesto de gastos de ventas.....	90
5.	Flujo de Efectivo	92
6.	Estado de Resultados Proyectado.....	95
V.	PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	96
VI.	CRONÓGRAMA GENERAL PROPUESTO PARA LA EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES	98
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	99

ANEXOS

RESUMEN

En la actualidad, la incertidumbre es uno de los principales riesgos que enfrentan las organizaciones, debido a los cambios que existen en los diferentes elementos políticos, sociales, económicos, ambientales y culturales, que conforman su entorno, por lo que es necesario que las entidades cuenten con las herramientas de planeación apropiadas, que le permitan evaluar la actual gestión, y que ayude a la toma de decisiones, lo cual hace surgir su implementación en el Parque Acuático Municipal Playa Conchalío, debido a su reciente inicio de operaciones.

Los planes de negocios son instrumentos que reflejan la estructura de planificación de las organizaciones, y en ello radica su importancia en la implementación de organizaciones que desean emprender un modelo de negocios, en donde, en las entidades de turismo, ayude a establecer su filosofía como entidad, estudiar y establecer medidas mercadológicas para la expansión de su mercado, y conformar una planeación económico financiera.

El objetivo del presente estudio es presentar una herramienta administrativa a los gerentes del Parque Acuático, que ayude y facilite la toma de decisiones dirigidas a contribuir al logro de la autosostenibilidad, integrando un estudio de toda la organización, respecto a su filosofía institucional, con una nueva estructura organizacional, y un manual que incluya información referente al nuevo diseño y puestos de trabajo, actividades entre otros; además presentar un estudio de mercado que apoye el diseño de un plan de estrategias mercadológicas, que tienen el fin de conocer a los clientes potenciales y aplicar estrategias que incrementen el número de visitantes que ingresan al Parque Acuático Municipal, finalmente un estudio económico financiero, que desarrolle estimaciones respecto a los ingresos y egresos de la entidad, tomando el nuevo modelo propuesto mostrando la rentabilidad que tendrá el centro turístico para los años 2016 y 2017.

Para el desarrollo de la investigación, se utilizó el método científico, con el objetivo que la información obtenida sea válida y objetiva, apoyándose en los métodos analítico y deductivo, que permiten descomponer su todo en partes para el estudio, y que a partir de afirmaciones generales, se establecen hechos particulares.

También del estudio se concluye que, el Parque Acuático no cuenta con Filosofía Organizacional, y con una estructura definida, para llevar a cabo de manera ordenada y sistemática las operaciones del centro

turístico, así también, la necesidad de aplicar herramientas mercadológicas, debido a las pocas visitas en el año 2015; ya que el centro turístico no posee proyecciones financieras, que ayuden a conocer la rentabilidad que genera el parque a partir de su funcionamiento. Por lo tanto, se recomienda la implementación de misión, visión y valores organizacionales para que los empleados se identifiquen con los objetivos del parque, así también, la aplicación de estrategias mercadológicas partiendo de un plan de marketing, estableciendo un plan económico financiero que ayude a conocer el rendimiento económico del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad.

INTRODUCCIÓN

Al día de hoy, es necesario que las organizaciones cuenten con herramientas administrativas, que ayuden a la toma de decisiones en un ambiente cambiante, que permitan evaluar si se están logrando los objetivos que persigue la gerencia, por lo cual un plan de negocios es un instrumentos ideal para entidades que desean formalizar sus operaciones, y conocer si están tomando el camino adecuado para lograr sus ideales.

El mercado turístico en El Salvador es altamente competitivo, ya que cuenta con una gran variedad de opciones para brindar a los visitantes, entre sus mayores exponentes, el departamento de La Libertad, en municipio de La Libertad, por lo que es imprescindible para lograr el éxito de los negocios turísticos, una adecuada planeación, que estudie todos los ámbitos que rodean a estas entidades, por lo cual, la investigación se titula “Plan de Negocios para Contribuir al Logro de La Autosostenibilidad del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto de La Libertad”

A continuación describen los capítulos que conforman el presente documento de investigación:

El Capítulo I. Consta de todos los fundamentos teóricos del turismo en El Salvador, los planes de negocios y sus respectivos componentes y de las entidades Autosostenibles, así también una reseña histórica del sujeto de estudio.

El Capítulo II. Comprende toda la metodología utilizada para realizar la investigación, detallando los instrumentos y herramientas necesarias para su realización y detallando el cálculo de la muestra utilizado, así también el diagnóstico de la situación actual que presenta el Parque Acuático, en el ámbito organizacional, mercadológico y económico financiero, constituido a partir del análisis de los resultados de los instrumentos de investigación, y finalmente el establecimiento de conclusiones de la investigación, y recomendaciones para enfrentar la problemática actual.

El Capítulo III. Desarrolla una propuesta de plan de negocios, a partir de la información obtenida de la situación actual, que incluye un plan de organización, un plan de marketing y un plan económico financiero, dirigido a contribuir al logro la autosostenibilidad del Parque Acuático municipal, y el plan de implementación que ayude a integrar la herramienta a las operaciones del centro turístico.

CAPÍTULO I - PERFIL DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS Y ASPECTOS BÁSICOS DE LA AUTOSOSTENIBILIDAD

I. GENERALIDADES DEL TURISMO EN EL SALVADOR¹

A. Antecedentes del Sector Turismo en El Salvador

1. Evolución Histórica del Turismo en El Salvador

La historia del turismo en El Salvador registra varias etapas, la década comprendida entre los años 1960 a 1970, es considerada el punto de partida para este análisis, porque durante esta etapa el turismo se organizó de una manera más sistemática, y es cuando se crearon las instancias oficiales para su promoción.

En 1961 se creó el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) como instancia gubernamental rectora. En 1967 se creó la Ley de Fomento de la Industria Turística.

En este período se dieron los inicios de desarrollo organizado de turismo. Sin embargo se tuvo una visión de una actividad marginal complementaria a la economía agroexportadora, careciendo de lineamientos estratégicos específicos para su desarrollo.

El período comprendido entre 1970 a 1980, es considerado como los años de oro del turismo en El Salvador. Se visualiza el turismo como una actividad capaz de generar cuantiosas divisas y empleos, pudiendo identificarse algunos factores claves para esta actividad:

Se definió una estrategia de posicionamiento de El Salvador como un destino de sol, arena y playa, y se determinaron las tácticas de mercadeo necesarias para impulsar su inserción en el mapa turístico internacional, especialmente en el mercado de los Estados Unidos. Se perfiló un plan maestro para promover el desarrollo de la zona costera, tomando como área prioritaria al estero de Jaltepeque en la Costa del Sol. Acorde con esta planificación se decidió la edificación de varios hoteles: el Pacific Paradise, el Izalco Cabaña Club y el Tesoro Beach con categorías de lujo. En este mismo período se construyeron más obras de infraestructura que beneficiaron directamente al turismo: se modernizaron algunas

¹ Tomado del Trabajo de Graduación. María Inés Alfaro Romero. "Plan Estratégico de Mercadotecnia para promover el flujo Turístico de la comunidad de los Cobanos que contribuya al Crecimiento Socio Económico de esa comunidad, ubicada en el Municipio de Acajutla, Departamento de Sonsonate". Año 2013. Pág. 1 a 3, 4 a 11.

carreteras y se construyó el Aeropuerto Internacional de El Salvador; al año 2014 fue nombrado como aeropuerto Internacional Oscar Arnulfo Romero & Galdámez.

En 1979, fue el comienzo de la crisis política y del clima de violencia que desembocó en el estallido de la guerra un año después.

El conflicto armado (1980 -1992) borró del mapa turístico internacional a El Salvador, por lo tanto las posibilidades de desarrollo del turismo eran nulas y la construcción de infraestructura turística quedó estancada.

En 1996 se fundó la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR). Hasta Junio de 2004 fue la entidad rectora del turismo en El Salvador, cuya labor principal era la promoción del turismo del sol, playa y de negocios a nivel internacional. En el año 2004 se constituye el Ministerio de Turismo que incluye al ISTU y CORSATUR como instancias operativas.

En el 2005 se crea la Ley de Turismo. Que corresponde a una estrategia económica del sector incluye definiciones básicas, referencias al Registro Nacional de Turismo. Además, las obligaciones de las personas inscritas en el registro, como medio para obtener ingresos de la promoción turística, las condiciones y regulaciones para el otorgamiento de incentivos, infracciones, sanciones y procedimientos sancionadores.

En el 2006, es presentado el Plan Nacional de Turismo 2014 como primer gran documento estratégico de referencia para el desarrollo y promoción del turismo en el país.

En el año 2009, el impacto generado por la crisis económica mundial, hace que el sector turístico tenga que adaptarse a los cambios, y tratar de ofrecer las mismas ofertas que desde el 2004 viene impulsando a nivel internacional a nivel interno.

B. Importancia del Turismo

1. Económica

Entre los beneficios que la actividad turística brinda a la economía están: la creación de empleo, las divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, el aumento de los ingresos públicos y promoción a la

inversión. Por lo tanto es uno de los medios más importantes para la generación del Producto Interno Bruto de las naciones receptoras.

La corriente o flujo de divisas hacia el área de destino que produce el turismo no sólo constituye una importante fuente de ingresos para aquellas empresas o personas vinculadas directamente con esta actividad, sino que beneficia al resto de sectores de la economía a través del denominado “efecto multiplicador”.

2. Social

La llegada del turista ayuda a mantener y mejorar la infraestructura y servicios locales; por ejemplo: carreteras, transporte público, comercio, servicios públicos, entre otros. De este modo contribuye a mejorar el nivel de vida de los habitantes locales. Además puede crear oportunidades para grupos tradicionalmente desfavorecidos, como jóvenes, mujeres y ancianos; además facilita el conocimiento de otras formas de vida enriqueciendo la propia.

3. Ambiental

Los problemas de contaminación, depredación y deforestación, entre otros. Que a veces, genera la actividad turística han dado lugar a la formulación de medidas de conservación y mejoramiento de la calidad ambiental. En este sentido, el turismo puede y debe contribuir a la revalorización del entorno natural de las zonas en las que desarrolla su actividad, pues un entorno bien preservado, ayuda a elevar la calidad de la actividad turística y a dinamizar la economía local y nacional.

C. Fundamentos Teóricos del Turismo

1. Conceptos Generales.

Con el objetivo de entender y conceptualizar aspectos relacionados con la industria del turismo se presentan algunas definiciones importantes, entre las cuales están: turismo, ecoturismo, visitante, turista, excursionista, servicio turístico, producto turístico, demanda turística, oferta turística.

a. Turismo

Según la Ley de Turismo de El Salvador se entenderá por Turismo o Actividad Turística. Las actividades que realizan las personas durante sus viajes en lugares distintos a los de su habitual residencia, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de recreación o descanso.

Para Miguel Ángel Acerenza, “El Turismo es, una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación y no incluye, por tanto, todas las formas de uso que puede hacer el hombre de su tiempo libre ni todas las formas posibles de recreación. Es, esencialmente, una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso y la recreación, aunque pueda estar relacionado, también, con algún otro tipo de actividad.

Por consiguiente el turismo es entonces un privilegio que el ser humano tiene para realizar actividades de descanso y sosiego creadas por el mismo y para su beneficio.

b. Ecoturismo

La Sociedad Internacional de Ecoturismo lo define como el viaje responsable a zonas naturales que conserva el ambiente y sustenta el bienestar de la población local.

Es el turismo de naturaleza que promueve los rasgos biológicos y físicos de la naturaleza, la conservación del entorno natural y la gestión sostenible de los recursos. Comprende la observación de la naturaleza, en busca de una visión general del paisaje y la biodiversidad de lugares turísticos, como también el interés científico, que permite el estudio de la flora y fauna a profesionales en la maestría.

Por consiguiente el ecoturismo es la actividad turística consistente en visitar áreas naturales, con el objetivo de disfrutar, apreciar o estudiar los atractivos naturales de dichas áreas, buscando que la comunidad local tenga un control sustancial, y participe en su desarrollo y manejo.

c. Visitante

Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugares visitados.

Por consiguiente, visitante es aquella persona en calidad de turista o excursionista que se desplaza a un lugar determinado, diferente al de su residencia y; que permanece en el mismo, por menos de un año, sin ejercer actividad remunerada.

d. Turista

Toda persona que permanece al menos una noche fuera de su lugar habitual de residencia y que realiza actividad turística.

Turista: Son aquellos visitantes que se trasladan a un lugar dentro o fuera de un determinado país, por menos de veinticuatro horas siempre que este sea diferente al de su residencia habitual y que hagan uso de los servicios turísticos ofrecidos en dicho lugar.

e. Excursionista

Excursionista (o visitante del día). Todo visitante que no pernocta (se detiene) en un medio de alojamiento colectivo o privado en un lugar visitado.

Por lo tanto, excursionista, son aquellos visitantes que se trasladan a un lugar dentro o fuera de un determinado país, por menos de veinticuatro horas.

f. Servicio turístico

Son los bienes y servicios ofrecidos por las empresas del mercado turístico que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo.

Industria y servicios turísticos son las actividades que realizan los productores de bienes de consumo para turistas y los prestadores de servicios para la actividad turística, así como las instituciones públicas y privadas relacionadas con la promoción y desarrollo de turismo en El Salvador.

Por consiguiente, servicios turísticos, son todos los bienes o servicios ofrecidos por las empresas que se dedican al turismo.

g. Producto turístico

Para Miguel Ángel Acerenza, el producto turístico, es el conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista.

Además, el producto turístico, es el conjunto de bienes y servicios tangibles e intangibles, que se agrupan para asegurar una estancia satisfactoria al visitante.

Los componentes o elementos que integran el producto turístico son: los atractivos, las facilidades y el acceso, los cuales combinados entre sí, son los que dan origen al producto final; es decir, al producto que efectivamente se ofrecerá a la venta en el mercado.

h. Demanda turística

La demanda la constituyen los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la demanda turística.

La demanda turística, como en todo mercado, se divide en:

- ✓ Demanda turística potencial: Es aquel grupo de personas que tiene todas las características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aun no lo han consumido o comprado.
- ✓ Demanda turística actual o real: Es aquel grupo de personas que consumen o compran un servicio o producto turístico.

D. Entidades Rectoras del Turismo

1. Instituto Salvadoreño de Turismo

El interés del Estado salvadoreño por impulsar el turismo en el territorio nacional llevó a la creación del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) en 1961, enfocada de forma especial en la promoción del turismo local.

2. Cámara Salvadoreña de Turismo

La Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR), fue fundada en el año 1978 en Pro del desarrollo turístico del país, para impulsar, promocionar y fomentar el Turismo. Miembro de la Federación de Cámaras de Turismo de Centro América (FEDECATUR) constituida el 4 de febrero de 2004.

3. Corporación Salvadoreña de Turismo

En el año 1996 fue creada la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) por medio del Decreto Legislativo N° 779. Es la institución gestora del desarrollo turístico del país. Sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que el sector se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población, en forma sostenible.

4. Ministerio de Turismo

El Ministerio de Turismo (MITUR) es la institución rectora en materia de turismo, le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo. MITUR asumió la responsabilidad de la conducción de dos instituciones ya existentes, el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)².

II. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE LA LIBERTAD

A. Antecedentes históricos del municipio de La Libertad

Fundado en 1824 fue anteriormente lugar de desembarco de Corsarios y Piratas. En 1869 se construyó el muelle de hierro, en la rada de Tepeagua del Náhuatl, "en la punta o principio de un cerro" para facilitar el comercio del añil y el café, con Europa y la Costa de EE.UU. Actualmente este muelle es uno de los lugares favoritos del turismo y desde allí se puede observar la llegada y partida de los pescadores, así como adquirir variedad de pescados y mariscos frescos directamente. El Puerto La Libertad se convirtió en ciudad el nueve de Agosto de 1957. Su gran afluencia turística se debe, no solo a sus playas y típicos restaurantes, donde se come de maravilla, sino también a su estratégica situación geográfica situado a 34 Km. de la Capital San Salvador, una excelente carretera sobre el litoral lo conecta con el Aeropuerto Internacional Oscar Arnulfo Romero & Galdámez, en 30 minutos o con la frontera de Guatemala, en aproximadamente 1 hora. El Puerto de La Libertad está considerado un lugar famoso por sus platillos típicos (Cocteles de camarón conchas, ceviches, caracol, ostras frescas, mariscada y todas las delicias del mar). Las artesanías de la localidad son elaboradas manualmente por los pobladores del puerto. La mayoría de los artículos están hechos artísticamente con variadas conchitas, hueso de pescado, algas marinas en forma de anillos, pulseras y collares.

² Creado por Decreto Ejecutivo Número 1, de fecha 1 de junio de 2004, publicado en el Diario Oficial Número 100, Tomo No. 363, de fecha 1 de Junio de 2004.

El municipio de La Libertad consta con la mayoría de las mejores playas de todo el país, ya sean para disfrutar nadando o practicando algún deporte extremo acuático como el surf, windsurf, kayaking, etc. El municipio de La Libertad, consta con alrededor de 16 playas, entre las más reconocidas por los turistas son: Playa el tunco, El Majahual, San Blas, El Zunzal, La Paz, Conchalío, San Diego entre otras.

Las playas de El Salvador cuentan con el tercer lugar en la escala mundial de los mejores puntos para surfear, y se han realizado ya alrededor de seis campeonatos a nivel mundial en las playas del departamento de La Libertad.

El municipio de La Libertad cuenta con una de las más importantes zonas protegidas del país la cual es protegida por el gobierno de El Salvador desde el año de 1986, Parque Nacional Walter Thilo Deininger

El Puerto de La Libertad es uno de los destinos turísticos más representativos de este país. Posee un Complejo Turístico que incluye un malecón, restaurantes y anfiteatro, aparte del pequeño comercio de mariscos y artesanías ubicados en el viejo muelle. El inicio de la construcción de la primera fase de la obra fue inaugurado el 6 de enero de 2006, y completado en su totalidad a principios de 2010. También cuenta con la nueva construcción de un parque acuático como una nueva opción para disfrutar de su visita al Puerto de La Libertad, el cual fue inaugurado en la última semana de marzo del año 2015; por el momento en dicho centro cabe mencionar que por ser una nueva obra que fue construida a través de los recursos de la alcaldía, esta busca que el lugar pueda sostenerse en un futuro por sus propios fondos.

III. ASPECTOS GENERALES DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO

A. Antecedentes

El Parque Acuático Municipal “Playa Conchalío” fue inaugurado el 21 de Marzo en el año 2015 bajo la iniciativa de Carlos Farabundo Molina Quintanilla Alcalde que fungió entre el periodo de 2012 - 2015 originario del municipio de La Libertad, el nombre del parque acuático proviene a causa de encontrarse situado en el km 36 ½ Carretera El Litoral atrás de la terminal de buses de la ruta 102, Playa Conchalío del Puerto La Libertad, el cual está a menos de cinco minutos de la ciudad del puerto de La Libertad. En este sentido, ofrece al público en general diferentes alternativas de esparcimiento y recreación para que puedan disfrutar en familia.

B. Servicios que ofrece

a) Piscinas

El Parque cuenta con tres piscinas: una para los pequeños, una mediana en la cual pueden disfrutar chicos y grandes que pueden nadar y una grande en la cual hay tres toboganes para aquellas personas que les gusta sentir la adrenalina.

b) Kioscos o Glorietas

Dispone alrededor de 10 kioscos, los cuales los visitantes podrán alquilar para colocar sus pertenencias y así tener mayor comodidad durante su estadía en el parque.

c) Ventas de Comidas

Son lugares en donde los visitantes podrán degustar deliciosos platillos, disfrutar de bebidas frías y calientes entre otras.

d) Canchas

Las instalaciones cuentan con tres canchas: una de football, una de softball y una de football playa para todas aquellas personas que son amantes de practicar este deporte, disfrutar entre amigos y familia.

e) Otros Servicios

Además de los servicios antes mencionados, el parque también cuenta con baños para ambos géneros, alquiler de hamacas, alquiler de inflables, seguridad, parqueo vehicular, entre otros.

C. Personal del parque acuático municipal

El personal que labora en el parque está conformado por un equipo de ocho personas que son contratadas por parte de la alcaldía municipal, cada una de estas personas gozan de un salario mínimo, también hay dos personas del CAM (Cuerpo de Agentes Municipales) que la alcaldía ha asignado para vigilancia. Además existe una persona encargada de administrar el parque acuático la Sra. Vilma Baldizón.

PERSONAL DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO DEL PUERTO LA LIBERTAD		
CANTIDAD	PUESTOS	DESCRIPCIÓN/ FUNCIONES
1	Administradora del parque	Es la persona encargada de velar por el funcionamiento del parque, y a quién se le tiene que notificar sobre cualquier percance que ocurra en el centro turístico
1	Cajera	Es la persona encargada de realizar los cobros a los visitantes, dar instrucciones de las cosas que se permiten y que no, entre otras.
2	Salvavidas	Encargados de velar por la seguridad de las personas que ingresan a las piscinas, además de dar indicaciones a los que no pueden nadar, ayudar en la limpieza, entre otros.
2	Piscineros	Encargados de mantener limpas las instalaciones del parque, verificar el funcionamiento de la bomba que se utiliza para echar a andar los toboganes, limpiar las piscinas, entre otros
1	Jardinero	Es la persona encargada de sembrar,regar, cortar el cespced, dar mantenimiento y limpiar las instalaciones del parque acuático.
1	Promotor	Encargado de estar con las banderolas en la carretera llamando a los clientes, entregar hojas volantes, limpieza del parque acuático, entre otros.
2	Agentes Municipales	Personas asignadas por el alcalde para mantener el orden y la seguridad de las personas al interior del parque acuático, de vigilar la entrada principal, parqueo y el acceso a la playa, entre otros.
TOTAL		10

IV. GENERALIDADES DE LOS PLANES DE NEGOCIOS

A. Definiciones

➤ Plan

Plan es un instrumento diseñado para alcanzar un objetivo, en el que se definen el espacio, tiempo y medios para su alcance; en virtud de ello, en un plan se definen de forma coordinada las metas, estrategias, políticas, directrices y técnicas, así como los instrumentos y acciones que se utilizaran para llegar a los fines deseados³

➤ Negocio

Es la consecuencia de la correcta administración de los recursos con un resultado positivo para las partes; es importante señalar que no solamente puede ser dinero sino relaciones de poder⁴.

³ Benjamín, Enrique & Fincowsky Franklin, Organización de empresas, Mc Grow Hill, tercera edición, México, 2009.

⁴Wikipedia, enciclopedia libre, <http://es.wikipedia.org/wiki/Negocios>

Es toda actividad de carácter mercantil que consiste en un sistema, método o forma de obtener dinero a cambio de productos o servicios.

➤ **Plan de Negocios**

Conocido también como Business Plan o Plan Empresarial. Se puede definir como un mapa que describe la trayectoria de la empresa o negocio en un documento que en forma ordenada y sistemática detalla los aspectos operacionales y financieros de una entidad.

B. Objetivos del Plan de Negocios⁵

Los objetivos que justifican la elaboración de un Plan de Negocios se mencionan a continuación:

1. Tener un documento de presentación de un proyecto a potenciales inversionistas, socios o compradores.
2. Asegurarse de que un negocio tenga sentido financiero y operativamente, antes de su puesta en marcha.
3. Buscar la forma más eficiente de llevar a cabo un proyecto.
4. Crear un marco que permita identificar y evitar potenciales problemas antes de que ocurran, con el consiguiente ahorro de tiempo y recursos.
5. Prever necesidades de recursos y su asignación en el tiempo.
6. Evaluar el desempeño de un negocio en marcha.
7. Valuar una empresa para su fusión o venta
8. Guiar la puesta en marcha de un negocio.

C. Características de un Plan de Negocios⁶

Todo plan de negocios requiere que cumpla con ciertas características para considerarse permitido, por lo cual a continuación se detallan:

- **Lógico:** Su elaboración responde a planteamientos racionales
- **Progresivo:** Cada parte depende de la anterior siguiendo una “cadena” en secuencia.
- **Realista:** Constituye un documento eminentemente práctico, basado en la “realidad”, de la empresa y sus potencialidades.

⁵Richard Stutely. Plan de Negocios. Pearson Educación S.A. 2005

⁶Antonio Borello. Plan de Negocios. Small Business & Publishing CO. 1994

- Coherente: Todas las partes de un plan de negocios deben ser consistentes y armónicas entre sí.
- Orientado a la acción: Todas las partes de un plan de negocios deben conducir a la ejecución de las acciones específicas, claras y precisas.

D. Modelo y Componentes de un Plan de Negocios

Existen muchas maneras de componer un plan de negocios, en su caso, Antonio Borello lo ejemplifica por medio de la composición de siete partes principales las cuales son: Misión y Visión, Objetivos, Análisis FODA, Identificar los obstáculos que se interponen en el logro de los objetivos, y las condiciones positivas que favorecen dicho logro, Planes de acción, Determinar las acciones que se deben realizar para alcanzar los objetivos establecidos con anterioridad y Presupuestos; también se muestra la forma de un Plan de negocios desarrollada bajo el enfoque de la publicación de Harvard Business School Publishing Corporation en su libro "Crear un plan de negocios"⁷, esta contiene: Antecedentes del sector, Análisis competitivo, Análisis de mercado, Plan de marketing, Plan de operaciones, Equipos de gestión, Plan financiero, información adjunta e hitos propuestos.

En las entidades turísticas las necesidades sobre la estructura de un plan de negocios son específicas, por lo que los componentes del plan de negocios se detallan a continuación:

- Introducción al plan de negocios
- Antecedentes del sector
- Estudio de Organización
 - Filosofía Organizacional
 - Estructura
 - Perfil de puestos
 - Manual de análisis y descripción de puestos
- Estudio de mercado
 - Análisis de oferta y demanda
 - Estimación de la demanda
- Plan de marketing
 - Establecimiento de precio
 - Objetivos Publicitarios

⁷ Harvard Business School Publishing Corporation, Creating a Business Plan, 2007

- Presupuesto publicitario
- Estrategias publicitarias
- Diseño de instrumentos publicitarios
- Estudio económico financiero
 - Fuentes de financiamiento
 - Presupuestos.
 - Presupuesto de ingresos
 - Presupuestos de Egresos
 - Flujo de efectivo
 - Estado de resultado Proforma
- Resumen

E. Análisis y Situación Interna y Externa

El análisis de la situación interna y externa busca saber cómo la entidad está condicionada por dichos factores, que se clasifican como aquellos que se pueden controlar (variables internas) y aquellos que no están en su alcance manejar (variables externas), por lo que se requiere de la herramienta del análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta de carácter gerencial válida para las organizaciones privadas y públicas, la cual facilita la evaluación situacional de la organización y determina los factores que influyen desde el exterior hasta la institución gubernamental. Esos factores se convierten en amenazas u oportunidades que condicionan, en mayor o menor grado, el desarrollo o alcance de la misión, la visión, los objetivos y las metas de la organización.⁸

El análisis FODA se hace mediante la elaboración de una matriz de doble entrada: en el eje de las ordenadas se ubica el componente externo de la institución (amenazas y oportunidades), y en el eje de las abscisas se ubica el componente interno (debilidades y fortalezas). Identificados estos elementos internos y externos, luego de un análisis de confiabilidad, se pueden establecer los lineamientos estratégicos para la institución.

⁸Adalberto Zambrano Barrios. Planificación Estratégica, presupuestos y control de la gestión pública. Editorial Texto C.A. 2006

V. GENERALIDADES DEL ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Un estudio organizacional dentro del plan de negocios es un conjunto de cargos cuyas reglas y normas de comportamiento, deben sujetarse a todos sus miembros y así, valerse de este medio que permite a una empresa alcanzar sus determinados objetivos⁹. Además puede definirse como: “La estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos humanos y materiales de un organismo social, con el fin de lograr máxima eficiencia en la realización de planes y objetivos señalados en la planeación”.¹⁰

Para efectos de Organización empresarial, se concibe como una “Categorización jerárquica de unidades administrativas y personas, con diferentes funciones, responsabilidades e interrelaciones, que se estiman necesarias; para alcanzar metas y objetivos comunes en un período determinado”.

A. Filosofía Organizacional

La filosofía empresarial es el conjunto de ciertos elementos que nos van a permitir la identificación de la empresa con lo que es y lo que quiere lograr que, a su vez, permita desarrollar un núcleo de trabajo organizacional que identifica a todas las partes integrantes de la organización. Entre esos elementos se detallan los siguientes:

Misión

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe para satisfacer las necesidades de los clientes a alcanzar los productos y servicios a ofertar. Además es la expresión breve que refleja a qué se dedica una empresa, a quién pretende satisfacer y con qué; enfatizando en su capacidad competitiva de largo plazo, que la hace diferente de otra empresa¹¹.

Visión

Se refiere a una declaración que permite indicar hacia donde la organización desea dirigirse a largo plazo sobre cómo será su futuro, atendiendo la expectativa de sus clientes, trabajadores, sociedad y accionistas la cual permitirá que se logren los objetivos empresariales.

⁹ <http://www.monografias.com/trabajos56/conceptos-organizacion/conceptos-organizacion.shtml>

¹⁰ Guillermo Gómez Ceja, Planeación y Organización de Empresas, 8° Edición. Mc Graw Hill, México

¹¹ Alexis Serrano, Administración I y II. Segunda Edición, 2011

Valores

Son principios éticos sobre los cuales se asienta la cultura y personalidad de una empresa u organización, los cuales permiten crear las pautas de comportamiento inclinados por su grado de utilidad personal y social que los dirigentes desean plasmar en las personas que laboran en una entidad.

B. Estructura Organizacional

“Un organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas o unidades administrativas, en las que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen”¹²

“Es la gráfica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa, sus relaciones, sus niveles de jerarquía, y las principales funciones que desarrollan.” (Concepto de *Gómez Ceja Guillermo*).

El organigrama consiste en hojas o cartulinas en las que se muestran gráficamente las funciones departamentos o posiciones de la organización y cómo están relacionados, mostrando el nombre del puesto y en ocasiones de quien lo ocupa. Las unidades individuales suelen aparecer dentro de casillas que están conectadas unas a otras mediante líneas llenas, las cuales indican la cadena de mando y los canales oficiales de comunicación.

Finalmente se entenderá por Organigrama a la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa, o de sus áreas administrativas; en las que se mostrará las relaciones que guardan entre sí, sus relaciones, sus niveles de jerarquía y las principales funciones que desarrollan. Por lo tanto son útiles instrumentos de organización, puesto que proporcionan una imagen formal de la organización, facilitando el conocimiento de la misma y constituyendo una fuente de consulta oficial.

C. Perfil de puestos

Contiene requerimientos personales, técnicos y administrativos. Este describe una combinación entre los requerimientos del puesto de trabajo y el perfil, características y cualidades que debe poseer una persona para desempeñar un puesto de trabajo.

¹² Benjamín, Enrique & Fincowsky Franklin, Organización de empresas, Mc Grow Hill, tercera edición, México, 2009.

Características técnicas y personales que debe tener un candidato para cubrir en forma idónea un puesto específico en la entidad¹³.

D. Manual de análisis y descripción de puestos

1. Definiciones de Manuales

Son documentos elaborados sistemáticamente que indican las actividades a ser cumplidas por los miembros de un organismo y la forma en que las mismas deberán ser realizadas ya sea conjunta o separadamente¹⁴.

Según Benjamín, Enrique & Fincowsky Franklin, los manuales administrativos, “son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática, información de una organización (antecedentes, legislación, estructura, objetivos, políticas, sistemas, procedimientos, entre otros), así como las instrucciones y lineamientos que se consideren necesarios para el mejor desempeño de sus tareas”¹⁵.

a. Clasificación

Toda organización necesita poseer manuales administrativos. A continuación se presenta una de las formas de clasificarlos de acuerdo a su contenido, tal como:

Manual de Análisis y Descripción de Puestos

Un documento en donde se establecen las actividades, responsabilidades y obligaciones implícitas en los puestos, suministrando información sobre el perfil requerido por sus ocupantes para que desempeñen sus funciones eficientemente.

Objetivos de los manuales de Análisis y Descripción de Puestos:

Entre los objetivos de los Manuales de Análisis y Descripción de Puestos se pueden mencionar:

¹³ <http://www.diconsa.gob.mx>

¹⁴ <http://www.monografias.com/trabajos95/sistemas-administrativos-cuestionario-manual-organizacion/sistemas-administrativos-cuestionario-manual-organizacion.shtml>

¹⁵ Benjamín, Enrique & Fincowsky Franklin, Organización de Empresas, Segunda Edición.

- ✓ Mejorar la ejecución de las tareas pertinentes a cada puesto.
- ✓ Eliminar la duplicación de tareas y funciones.
- ✓ Delimitar responsabilidades de cada puesto.
- ✓ Definir funciones y alcances de cada puesto.
- ✓ Servir de apoyo para elaborar un programa de capacitación, evaluación del desempeño y plan de carrera.
- ✓ Utilizar de sustento para la elaboración de las escalas de salarios.
- ✓ Suministrar información acerca de las actividades de cada puesto y el perfil del ocupante.

VI. GENERALIDADES DEL ESTUDIO DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING

A. Estudio de Mercado

El estudio de mercado dentro del plan de negocios se refiere al conjunto de acciones que ejecutan para saber la respuesta del mercado (Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta)) ante un producto o servicio, por medio de la información con respecto al análisis de la oferta y demanda y la estimación de las misma, a través de los componentes que identifican el plan de negocios en el estudio de mercado.

El objetivo de todo estudio de mercado es tener una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los participantes del sector junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización.

Existen varias maneras de definir el concepto mercado, tales como¹⁶:

Es el área geográfica, en el cual concurren oferentes y demandantes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio.

El sitio o lugar donde se dan las relaciones comerciales de venta y compra de mercancías, de acuerdo a distintos precios establecidos y al tipo de mercancía.

Es un lugar teórico donde se encuentra la oferta y la demanda de productos y servicios y se determinan los precios.

¹⁶ <http://www.economia.ws/mercado.php>

1. Análisis de la Oferta

¿Qué es la oferta en un estudio de mercado?

Es la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total.

En el análisis de mercado, interesa saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir al circuito comercial, para determinar si los que se proponen colocar en el mercado cumplen con las características deseadas por el público.

Existen diversos tipos de oferta: determinadas por factores geográficos o por cuestiones de especialización. Algunos pueden ser productores o prestadores de servicios únicos, otros pueden estar agrupados o bien, ofrecer un servicio o un producto como uno más de los muchos participantes en el mercado.

- Ofertas de especialización: Se trata de monopolios, donde uno solo es oferente en una localidad, región o país, lo cual le permite imponer los precios en función de su exclusivo interés, sin tener que preocuparse por la competencia. A ello, el público consumidor sólo puede responder con un mayor o menor consumo, limitado por sus ingresos.
- Oferta de grupo: Para los casos de un cierto número restringido de oferentes que se ponen de acuerdo entre ellos para determinar el precio de mercado, se les conoce como el oligopolio. Como en el caso anterior, el consumidor no afecta el mercado, pues su participación igualmente se ve restringida por su capacidad de compra.
- Oferta en un mercado libre: es aquél donde sí interviene la actuación del público que puede decidir si compra o no un bien o servicio por cuestión de precio, calidad, volumen o lugar. Por lo que el conjunto de oferentes de un mismo bien o servicio, inclusive de un producto sucedáneo o sustituto, debe estar atento en poder vender, de conformidad con las reacciones de los clientes quienes, por su parte, tienen la posibilidad de cambiar de producto o de canal de distribución como les convenga.

Los compradores si influyen sobre el precio y la calidad de los bienes o servicios. Esta doble actuación supone una regulación automática de los mercados, los oferentes deben velar permanentemente por su actualización a modo de no quedar rezagados en calidad, oportunidad, volumen o precio.

Con base a lo anterior, el empresario que quiere poner un negocio en algún giro, pueda calcular el tipo de mercado existente en cuanto a la oferta y así determinar si le conviene o no aventurarse.

El estudio de mercado advierte al futuro inversionista, la inconveniencia de proseguir y le habrá servido para no arriesgar en una empresa que fuera a resultar improductiva.

2. Análisis de la Demanda

¿Qué es la demanda en un estudio de mercado?

Es la respuesta al conjunto de mercancías o servicios ofrecidos a un cierto precio, en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio, satisfaciendo las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.

Tipos de demanda que ayudan a ubicar al oferente de bienes y servicios, en función de las necesidades de los demandantes:

- Bienes y servicios necesarios: Productos o servicios indispensables para el cliente, con los cuales satisface sus necesidades más importantes. Aunque en algunos casos, en función de los estratos sociales, algunos bienes o servicios se vuelven indispensables.

- Bienes y servicios superfluos, de lujo o no necesarios: Son los bienes y servicios de lujo que no son necesarios para el cliente, pero su demanda obedece a la satisfacción de un gusto, lo cual generalmente los coloca en un costo más elevado; en este caso el beneficio que deja la producción o comercialización de los mismos es proporcionalmente mucho mayor que en la producción.

Tipos de productos y servicios en función del tipo de consumidor:

- Bienes de capital: Maquinarias y equipos utilizados en la fabricación de otros bienes o servicios: Esta es la demanda de la industria y de otras empresas.
- Los bienes intermedios o insumos: Son aquellos productos que todavía se van a transformar y que han de servir para la producción de otros bienes o servicios.
- Bienes de consumo final: Son los consumidos por el cliente quien hará uso de ellos directamente, tal como los entrega el productor o comercializador al usuario final.

Tipos de productos o servicios desde el punto de vista de la demanda, por su temporalidad:

- Bienes o servicios que se demandan durante todo el año: Alimentos básicos: pan, tortillas, leche entre otros.
- Bienes cuya demanda es estacional y depende de cuestiones culturales, comerciales o climáticas: frutas de estación, los regalos de épocas navideñas o los impermeables en épocas de lluvia.
- Bienes de demanda irregular: no obedecen a ninguno de los factores antes descritos.

En el estudio de mercado, es indispensable conocer la demanda, ya que se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes o servicios y a qué precio. La demanda está relacionada con los ingresos de la población a quien se desea venderle y con el consumo de bienes sustitutos o complementarios, porque éstos influyen ya sea en disminuir la demanda o en aumentarla.

Se debe conocer también los gustos y modas, pues los intereses de los grupos de consumidores menores de edad, no siempre responden a un nivel de ingresos que les permita consumir como lo pueden hacer estratos económicos con un mayor poder adquisitivo, pero con gustos distintos. La moda, debe tomarse en cuenta pues puede de manera general, cambiar los intereses del consumidor muy rápidamente y es necesario adaptarse a sus gustos.

Tanto la demanda, como la oferta, se deben analizar además en relación al comercio exterior, pues un cierto número de productos entran al mercado nacional, en tanto que otros salen al extranjero.

3. Estimación de la Demanda

La estimación de la demanda es una de las áreas más elementales para la administración de la producción, o la elaboración de planes futuros, en donde a partir de conocimiento e información de hechos anteriores, o de datos obtenidos del mercado, con la ayuda de diferentes métodos de proyección, ya sean subjetivos u objetivos, logrando una previsión sobre la cantidad de demanda para cierto período, a continuación se enlistan los métodos más conocidos:

a. Métodos cualitativos

Los métodos para pronóstico cualitativos se basan en el conocimiento y experiencias obtenidos por la entidad, expertos e investigadores, para establecer una opinión sobre la cantidad de posibles demandantes de cierto producto o servicio, a pesar de que se necesita la presencia de especialistas que conozcan de la población, área y servicio ofrecido, particularmente los métodos de pronóstico cualitativos no suelen requerir de datos históricos, más que personas con experiencia en el campo. A continuación se enlistan los métodos más comunes.

- i. Método Delphi
- ii. Investigación de Mercado
- iii. Consenso Grupal: Intercambio abierto en reuniones
- iv. Analogía Histórica
- v. Niveles inferiores de la organización: Datos de vendedores

b. Series de tiempo

Las series de tiempo son métodos para el pronóstico de la demanda que relacionan datos históricos con períodos de tiempo determinados, esto con el fin de establecer un patrón sobre el comportamiento de la demanda en establecidos plazos temporales, estos métodos son comúnmente utilizados por su baja complejidad para la obtención de datos, esto se debe a la relación tiempo – variable dependiente. A continuación se muestran los métodos más conocidos:

- i. Promedio móvil simple
- ii. Promedio móvil ponderado
- iii. Suavizamiento exponencial
- iv. Análisis de regresión de tiempo

c. Estimaciones correlacionales

Los métodos de relaciones correlacionales para el pronóstico de la demanda tienen cierta semejanza con las series de tiempo, pero su diferencia radica en que la variable independiente para el estudio del comportamiento de la variable dependiente no establece estrictamente el tiempo, sino otros factores que afecten proporcional o inversamente proporcional a la demanda, a continuación se establecen los métodos más comunes para la proyección de la demanda por estimaciones correlacionales:

- i. Análisis de regresión casuales
- ii. Regresión multilínea: Varias variables causales.

En ese sentido el estudio de mercado dentro del plan de negocios cumple la función de estudiar, informar y analizar la oferta, demanda y la estimación de las mismas.

IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es importante por muchas razones: permite definir el tipo de clientes al que queremos llegar con nuestro producto, la ubicación ideal para abrir el negocio, el precio más conveniente, que tipo de promoción hacerle a los productos. En fin, permite ubicar e identificar con efectividad cuál es y dónde se encuentra nuestro mercado potencial.

La importancia del estudio de mercado radica en que:

- ✓ Se evitan gastos. En muchas ocasiones, proyectos que a primera instancia son viables, los estudios preliminares arrojan información contraria, lo que propicia que la investigación no se realice, evitando con esto, fuertes pérdidas posteriores al inversionista.
- ✓ Las decisiones se toman basadas en la existencia de un mercado real, como resultado del cúmulo de información obtenida en cantidad y calidad.
- ✓ Permite conocer el futuro ambiente donde la empresa realizará sus actividades económicas.
- ✓ Permite tomar cursos alternativos de acción que se pudieran presentar tanto a la hora de llevar a cabo la ejecución del proyecto, como en su funcionamiento.
- ✓ Permite conocer si el proyecto va a satisfacer una necesidad real.

B. Plan de Marketing

El plan de Marketing dentro del plan de negocios es una herramienta que servirá para prever cuál será nuestro comportamiento en la empresa durante un período de tiempo

1. Establecimiento de precio

a. Precio del Producto o Servicio.

El precio: es la asignación monetaria para la adquisición de un producto o servicio.

El precio es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio al momento de ofrecerlo a los consumidores y, por tanto, el valor monetario que los consumidores deben pagar a cambio de obtener dicho producto o servicio¹⁷.

La fijación del precio de un producto es una de las decisiones más importantes del marketing pues afecta directamente la rentabilidad de una empresa. Un precio demasiado alto podría significar poca demanda del producto, pero un precio demasiado bajo podría significar pocas utilidades.

Para determinar el precio de un producto básicamente se usan dos métodos: el método de costos y el método de promedio de mercado.

El método de costos consiste en identificar y sumar los costos asociados al producto o servicio, y al resultado agregarle el margen de ganancia que se quiere obtener.

Mientras que el método de promedio de mercado consiste en hallar el precio promedio que existe para el tipo de producto en el mercado (por ejemplo, acudiendo a los locales de la competencia o buscando en Internet), y luego fijar un precio con base a dicho promedio.

Al momento de fijar el precio debemos tomar en cuenta estos métodos, siempre debemos saber cuál es el costo de nuestro producto (para que, por ejemplo, nunca le asignemos un precio menor), y siempre debemos saber cuál es el precio promedio de nuestro tipo de producto en el mercado (para que, por ejemplo, nunca nos alejemos mucho de él); pero también otros factores, especialmente aquellos relacionados con el consumidor que conforma nuestro mercado objetivo.

¹⁷ <http://www.crecenegocios.com/el-precio-de-un-producto/>

b. Estrategias de Fijación de Precios¹⁸

Una estrategia de fijación de precios efectiva para el mercado, es aquella en la cual la competencia y los costos han influido en la decisión de fijación de precios. Los precios competitivos pueden determinarse solamente mediante el examen de niveles de precios de productos competitivos y sustitutivos en los mercados objetivos. Una vez que estos niveles de precios han sido establecidos, el precio base puede ser determinado.

Los cuatro pasos involucrados en la determinación de un precio base son:

1. Determinar la elasticidad-precio de la demanda. La demanda inflexible permitirá un precio más alto.
2. Estimar los costos fijos y variables de producción sobre los volúmenes de ventas proyectadas. Los costos de adaptación de producto tienen que ser calculados.
3. Identificar todos los costos asociados con el programa de marketing.
4. Seleccionar el precio que ofrece la máxima aportación al beneficio.

Los cuatro pasos anteriores podrían parecer simples pero, de hecho, no lo son. Muchas veces no es posible obtener la información definitiva y precisa que sería la base de un precio "óptimo".

2. Objetivos Publicitarios

En términos generales, la *publicidad* tiene dos tipos de *objetivos*: 1) objetivos generales y 2) objetivos específicos.

Los objetivos generales, se clasifican según el propósito de los objetivos. Philip Kotler en su libro "Dirección de Marketing, Conceptos Esenciales"; propone los siguientes tres tipos de objetivos:

- a. **Informar**: Este es un *objetivo* que se planea alcanzar en la etapa pionera de una categoría de productos, en la que el *objetivo* es crear demanda primaria. Por ejemplo, los fabricantes de DVD tuvieron que informar en un principio a los consumidores cuáles eran los beneficios de su tecnología.
- b. **Persuadir**: Este *objetivo* se planifica en la etapa competitiva, en la que el objetivo es crear demanda selectiva por una marca específica.

¹⁸ Warren J. Keegan. Marketing Global. Quinta Edición. Prentice Hall. Madrid 1997

- c. **Recordar:** Este *objetivo* es aplicable cuando se tienen productos maduros. Por ejemplo, los anuncios de Coca-Cola tienen la intención primordial de recordar a la gente que compre Coca-Cola.

Los *objetivos específicos* de la *publicidad* son mucho más puntuales. Stanton, Etzel y Walker, autores del libro "Fundamentos de Marketing", proponen los siguientes objetivos:

- a. **Respaldo a las ventas personales:** El *objetivo* es facilitar el trabajo de la fuerza de ventas dando a conocer a los clientes potenciales la compañía y los productos que presentan los vendedores.
- b. **Mejorar las relaciones con los distribuidores:** El *objetivo* es satisfacer a los canales mayoristas y/o minoristas al apoyarlos con la *publicidad*.
- c. **Introducir un producto nuevo:** El *objetivo* es informar a los consumidores acerca de los nuevos productos o de las extensiones de línea.
- d. **Expandir el uso de un producto:** El *objetivo* puede ser alguno de los siguientes: 1) extender la temporada de un producto, 2) aumentar la frecuencia de reemplazo o 3) incrementar la variedad de usos del producto
- e. **Contrarrestar la sustitución:** El *objetivo* es reforzar las decisiones de los clientes actuales y reducir la probabilidad de que opten por otras marcas

3. Presupuesto Publicitario

El presupuesto publicitario dentro del plan de marketing es un documento que presenta la estimación anticipada de las inversiones en publicidad y que será ejecutado durante un periodo de tiempo determinado. El presupuesto publicitario, como su nombre lo indica, la cantidad de dinero destinada a las inversiones en publicidad.

Formas básicas útiles para fijar un presupuesto para la publicidad¹⁹:

- Destinar una cantidad de dinero que haya disponible en las cuentas de la empresa: Simplemente se destina un dinero a publicidad sin tener en cuenta ningún estudio previo. Esto puede provocar que la inversión sea insuficiente o un derroche.

¹⁹ <http://nosoloeconomia.com/4-formas-de-hacer-un-presupuesto-publicitario/>

- Porcentaje sobre las ventas: Esto suele ser lo más habitual. Se trata de calcular un porcentaje, o bien sobre las ventas históricas, o bien sobre las previstas. Inconveniente: Esto puede hacer que no se analice correctamente la evolución de las ventas, ya que, según este método se considerará que habrá publicidad porque ha habido (o habrá) ventas, cuando lo correcto es lo contrario: si hay ventas, es porque la campaña publicitaria ha funcionado.
- Fijarse en la competencia: También puede establecerse el presupuesto en publicidad comparándose con la competencia en función de los objetivos de sus campañas y el tipo de empresa. Este sistema es muy arbitrario, ya que no se tendrá en cuenta la demanda de los productos para establecer el público objetivo y poder desarrollar adecuadamente la estrategia publicitaria. Puede que no se obtenga los resultados de ventas esperados, con lo que se habrá gastado unos recursos inútilmente.
- En función de los objetivos publicitarios a alcanzar: Este es un método más lógico en cuanto que vamos a fijar el presupuesto en función de una previsión de resultados de la campaña publicitaria que se va a lanzar. Esto permite ajustar los recursos, con lo que no habrá ni derroche de recursos ni insuficiencia de los mismos. Se habrá destinado el dinero para alcanzar unos objetivos que se han previsto.

4. Estrategia Publicitaria

La estrategia publicitaria dentro del plan de marketing, persigue el objetivo de diseñar una campaña que permita lograr una respuesta concreta de que se quiere provocar en el público objetivo, así que es la clave para que finalmente una campaña en el mundo de la publicidad funcione. Para conseguirlo se necesita analizar las preferencias del cliente potencial para poder anunciar el producto que el espera encontrar.

La estrategia publicitaria consta de tres partes importantes²⁰:

1. La 'copy strategy': el objetivo de esta fase es indicar a los creativos cual es el objetivo de la campaña, sobre este documento se fundamentan las bases por las que se aspira a que el consumidor prefiera el producto a los de la competencia. En esta fase se debe indicar el mensaje y delimitar aquellos conceptos que deben quedar claros en la campaña como: el público objetivo, el valor añadido y diferencial del

²⁰ <http://marketingyconsumo.com/la-estrategia-publicitaria.html>

producto o la marca anunciada, la imagen y el posicionamiento en el que la marca está situada actualmente y en el que desea estar

2. La estrategia creativa: esta fase debe desarrollar las pautas que se han establecido en la 'copy strategy', de este modo el equipo creativo tendrá que trabajar junto al departamento de cuentas y el de medios para poder elaborar una creatividad que logre cumplir con el esquema previamente realizado y lograr que sea impactante, notoria, fácil de memorizar, persuasiva, original y transmita los atributos deseados.

3. La estrategia de medios: esta fase se centra en la forma de llegar a la mayor parte posible del público objetivo, maximizando el número de impactos y minimizando el coste de la campaña.

Dependiendo de las características de la campaña y del presupuesto, se tendrá que evaluar las ventajas e inconvenientes que ofrecen los diferentes medios que se tiene al alcance (televisión, radio, prensa, exterior, revistas, cine, Internet).

Los factores más importantes en el momento de optar por unos medios u otros son: el tipo de creatividad que se va a emitir, el alcance de la campaña sobre la publicidad en cada medio, la limitación del presupuesto de la campaña y la distribución de este presupuesto en cada medio y las limitaciones legales del anuncio en cada medio.

5. Diseño de Instrumentos Publicitarios²¹

El diseño publicitario dentro del plan de marketing comprende la creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas, tal como; revistas, periódicos, libros, y también el soporte para otros medios visuales, tales como la televisión o internet.

Durante la historia, el diseño publicitario ha ido evolucionando. En un principio toda la técnica se elaboraba de forma manual. Hoy en día se usan tecnologías más avanzadas de diseño y producción.

Antes de llevar a cabo un diseño publicitario, un diseñador y el resto del equipo de trabajo deben tener en cuenta cuatro puntos muy importantes:

²¹ <http://www.fotonostra.com/grafico/publicitario.htm>

- El producto a diseñar,
- A quién va dirigido
- Los medios por los cuales se va a realizar la publicidad y
- La competencia.

C. El Marketing Turístico²²

El marketing turístico dentro del plan de negocios juega un papel importante, donde se puede determinar que es el rubro económico que engloba a todas las compañías que comercializan productos y servicios vinculados a los viajes. Este mercado suele tener ofertas asociadas al ocio, pero también a los viajes por negocios, estudios y otros motivos.

A su vez, el marketing turístico abarca tanto a localidades como a empresas que actúan en la esfera del ocio y la recreación (Agencias de viaje, Hostelería, Restauración, Transporte, Atracciones, etc.)

1. Características de marketing turístico

Este tipo de mercado suele tener ciertas características claves para su identificación:

1. Intercambio de información.
2. Consulta de tarifas.
3. Realizar una reserva.
4. Realizar pagos.
5. Consulta e información acerca del destino.
6. Consultar las posibles opciones de alojamiento o reservas.
7. Mayor segmentación o propuestas turísticas.
8. Constante información sobre paquetes, promociones, destinos, alojamientos, eventualidades.

2. Producto Turístico

Cabe mencionar que el producto turístico es un componente que complementa al marketing turístico al interior del plan de negocios para una organización en específico, donde esta noción no se refiere a un producto en el sentido material, sino que abarca tanto a los bienes físicos como a los servicios que caracterizan a un destino específico y que forman parte de la experiencia que vive un turista en el lugar.

²² https://es.wikipedia.org/wiki/Mercadotecnia_de_destinos

El producto turístico, por lo tanto, tiene componentes tangibles (como ruinas arqueológicas, una montaña o un museo), pero también intangibles (la hospitalidad de la gente, la calidad de atención). Sus características están dadas por la interacción y la combinación entre todos estos componentes, de características muy diversas entre sí. Puede decirse que el producto turístico incluye a todos los elementos que posibilitan el desarrollo de la actividad turística.

Los especialistas en turismo afirman, en este sentido, que los viajeros siempre buscan productos turísticos y no destinos: es decir, no se conforman con un atractivo natural o con un único aspecto de la localidad que eligen, sino que pretenden disfrutar una experiencia satisfactoria en todos los niveles.²³

Miguel Ángel Acerenza definió el producto turístico como: "Un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista; es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso".

a. Componentes de un producto turístico

Los componentes de un producto turístico deben estar desarrollados a fin de atraer a los turistas de mercados potenciales específicos y crear una imagen positiva del destino.

Demanda: Comprender las necesidades de los consumidores, y la identificación de los grupos homogéneos de un producto turístico.

Oferta: Evaluar los componentes del producto turístico e identificar al conjunto de elementos que sean ofrecidos a la clientela de un destino.

Podemos decir que todos los elementos que conforman el producto turístico se resumen en:

- Recursos turísticos
- Infraestructuras
- Empresas y servicios turísticos

A su vez los recursos turísticos pueden relacionarse con:

- La naturaleza

²³ <http://definicion.de/producto-turistico/>

- La cultura propia del destino
- La historia
- La facilidad para la práctica deportiva

b. Característica del Producto Turístico²⁴

1. Intangibilidad. Los productos turísticos tienen componentes tangibles y otros intangibles.

La tangibilidad se observa en la cama de un hotel, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.

La intangibilidad se deduce del hecho de que las características de los componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el producto, qué uso le darán, y qué resultados esperan obtener. Este componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto.

2. Caducidad. Los productos turísticos no se pueden almacenar.

3. Agregabilidad y sustituibilidad. El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, alguno de los cuales se puede sustituir por otro de forma inmediata.

4. Heterogeneidad. El producto turístico está formado por muchas partes, y condicionado por muchos factores.

5. Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo. Es subjetivo porque depende de las condiciones en que estén clientes y prestatario en el momento del consumo.

Las satisfacciones que produce son individuales y distintas de unas personas a otras.

Su consumo es simultáneo a su fabricación real, de manera que el producto se crea realmente al mismo tiempo que se consume.

6. Otros: Es un producto estacional. La liquidez es alta.

²⁴ <http://www.monografias.com/trabajos16/marketing-turistico/marketing-turistico.shtml>

c. Estrategias para el Producto Turístico²⁵

Tendrá que decidir si se dirige a nuevos mercados o hacia los actuales, y por otro lado, las acciones sobre el mercado escogido pueden realizarse con los productos actuales o con nuevos productos. Si se combinan estas opciones, se consiguen cuatro estrategias turísticas:

- Estrategia de Penetración: Incrementar la cuota global del mercado, ofertando el mismo producto existente sin incorporar ninguna modificación o mejora.
- Estrategia de Desarrollo del Producto Turístico: Actuar sobre los mercados turísticos actuales, incorporando nuevos productos que surjan como variaciones de los productos turísticos existentes. Extensiones en la línea básica o con productos sustitutivos.
- Estrategia de Extensión del Mercado Turístico: Utilizar el mismo producto turístico, intentando atraer nuevos consumidores turísticos, bien por su oferta a regiones poco explotadas hasta el momento, o bien por la identificación de nuevos segmentos del mercado sobre los que no se habían realizado las acciones adecuadas.
- Estrategia de Diversificación Turística:
 - ✓ Horizontal: Mayor cobertura del mercado turístico con una amplia gama de productos turísticos para clientes con comportamientos similares a los ya existentes.
 - ✓ Vertical: Los nuevos productos actualmente desarrollados por las organizaciones logran captar nuevos mercados de forma que las nuevas actividades desarrolladas no se diferencian demasiado de las actuales.
 - ✓ Concéntrica: Prestación más integrada de todos los servicios que componen el producto turístico, dotando de mayor homogeneidad la calidad e imagen de la organización turística en los mercados turísticos, y con ello, innovar y desarrollar su cartera de productos, y atraer a nuevos consumidores turistas. Supone el desarrollo de nuevos productos, basados en la satisfacción de nuevos clientes, con nuevos destinos turísticos y con la incorporación de actividades turísticas nuevas, muchas veces con escasa relación con la actividad principal desarrollada por la organización turística.

²⁵ <http://www.monografias.com/trabajos16/marketing-turistico/marketing-turistico.shtml>

d. Estrategias de Segmentación

Estrategia indiferenciada

Misma estrategia de producto, precio, distribución y promoción, para todos los segmentos de manera que considera satisfacer necesidades distintas de cada uno de los segmentos con una única oferta comercial. Para ello se basa en las características comunes de los segmentos.

Estrategia diferenciada

Desarrollar un marketing-mix distinto para cada uno de los segmentos objetivo detectado, y ofrecer un producto adaptado a las necesidades de cada uno de estos segmentos.

Estrategia concentrada

Es la estrategia del especialista, que busca una cuota de mercado elevada en un nicho bien diferenciado. Los esfuerzos se dirigen a uno o pocos segmentos en los que se posea una ventaja comparativa.

VII. GENERALIDADES DEL ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

El estudio financiero como parte del plan de negocios es el análisis de la capacidad de una empresa para ser autosostenible, viable y rentable en el tiempo.

Existen varias maneras de definir el Estudio Económico-Financiero, tales como

Conceptos del Estudio Económico Financiero

El estudio económico y financiero de un proyecto se refiere a diferentes conceptos, sin embargo, es un proceso que busca la obtención de la mejor alternativa utilizando criterios universales (ratios, costo beneficio entre otros); es decir, la evaluación la cual implica asignar a un proyecto un determinado valor. Dicho de otra manera, se trata de comparar los flujos positivos (ingresos) con flujos negativos (costos) que genera el proyecto, a través de su vida útil, con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros.

Los conceptos utilizados en el estudio económico financiero se han agrupado en tres aspectos: inversiones, presupuestos de ingresos y costos, y el financiamiento. Para la estimación de inversiones, es necesario conocer el área en que las entidades se desenvuelven, sus alternativas para comenzar las inversiones, y como en el período de tiempo de vida del proyecto se desarrollan los ingresos y costos que fluyen gracias al giro de la entidad.²⁶

²⁶ El estudio económico - financiero y la evaluación en proyectos de la industria química – Fernando Guzmán Castro – Editorial Universidad nacional de Colombia

A. Presupuesto²⁷

Definición

Un presupuesto es un plan detallado en el que figuran explícitas tanto las previsiones de ingresos como las necesidades de adquisición y consumo de recursos materiales y financieros para un determinado período. Es una previsión de futuro expresada cuantitativamente en términos monetarios.²⁸

Los presupuestos son herramientas fundamentales para la planeación, ya que todas las acciones necesarias para lograr la misión, la visión y los objetivos de la administración se reflejan de manera numérica en la entidad, existen una gran cantidad de presupuestos, y estos se establecen por área determinada.

A partir de los presupuestos se pueden calcular los fondos necesarios para operar, igualmente conocer los saldos de efectivo al final de cada período, y permiten localizar y evitar los costos excesivos que no generan valor agregado a la fase de operación de la entidad en la cual se desarrollan.

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

Los presupuestos tienen diferentes clasificaciones dependiendo del tipo de área que se abarcan, suelen dividirse en tres tipos, los operativos, que se relacionan a menudo con la materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, los ingresos y otros tipos de flujos relacionados directamente con el giro de la entidad; luego están los presupuestos financieros, estos se relacionan con los flujos de capital, los préstamos, las alternativas de financiamiento, su generación de costos por utilización y su respectiva liquidación, y finalmente están los presupuestos de inversión, estos están relacionados a la adquisición de propiedades, plantas y equipos necesarios para desarrollar las actividades de la entidad; al igual se clasifican por su destino económico, las cuales son: ingresos que son las entradas de efectivo por el giro económico, los de costos que están relacionados con las erogaciones por prestar un servicio o crear un producto y gastos que son las erogaciones provocadas por otras actividades necesarias para operar la organización, pero no relacionados directamente con el producto o servicio.

²⁷ Sullivan, Arthur, Steven M. Sheffrin (2003). Pearson Prentice Hall, ed. Economics: Principle in action. Upper Saddle, New Jersey 07458.p.502.

²⁸ Pere Nicolás, Elaboración y control de presupuestos, Primera edición, Ediciones Gestión 2000 S.A. marzo 1999

B. Fuentes de Financiamiento²⁹

Las fuentes de financiación son todos aquellos mecanismos que permiten a una empresa contar con los recursos financieros necesarios para el cumplimiento de sus objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial. Es preciso que se recurra al crédito en la medida ideal, es decir; que sea el estrictamente necesario, porque un exceso en el monto puede generar dinero ocioso, y si es escaso, no alcanzará para lograr el objetivo de rentabilidad del proyecto.

Las fuentes de financiamiento tienen el fin de apoyar con recursos económicos ciertos proyectos o entidades en su funcionamiento, y dependiendo de su origen, estos tienen un plazo de terminación.

Existen diferentes fuentes de financiamiento, estas suelen clasificarse según su origen, en ciertos casos, suelen generar un costo por su utilización, esto se suele comparar con la teoría de Carteres que atribuye el financiamiento a la relación de riesgo-rendimiento, esto se debe a que los fondos que generan más interés, por lo general tienen un mayor plazo para liquidarse, por lo cual corren menor riesgo de iliquidez, pero esto ocasiona una repercusión sobre los ingresos de la entidad; por otra parte los fondos que generan poco costo sobre el capital, si bien no afectan directamente al ingreso, por su parte suelen liquidarse en plazos más cortos, ocasionando el riesgo de correr en iliquidez.

1. Fondo FODES

El fondo FODES (Fondo para el desarrollo económico y social de los municipios), es una fuente de financiamiento que el Estado otorga a las municipalidades del país, y consta del 8% del presupuesto de los ingresos netos del Estado, es otorgado de forma mensual y se constituye por las siguientes formas de ingreso: Subsidios y aportes que posteriormente otorgue el Estado, Aportes y donaciones, Préstamos externos o internos, Bonos u Otros ingresos que por cualquier concepto reciba; los criterios de asignación según municipio son: 50% población, 25% equidad, pobreza 20% y extensión territorial 5%.

Esta fuente de financiamiento es distribuida y administrada por la alcaldía municipal de cada territorio, a partir de un presupuesto, y puede ser utilizada según la ley para los siguientes conceptos:

1. Adquisición de vehículos para el servicio de recolección y transporte de basura
2. Maquinaria, equipos y mobiliarios y en su mantenimiento para su buen funcionamiento, instalación, mantenimiento y tratamiento de aguas negras

²⁹ <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CAPITULO%20IV/fuentes1.htm>

3. Construcción de servicios sanitarios, baños y lavaderos públicos obras de infraestructura relacionada con tiangués, rastros o mataderos, cementerios, puentes, carreteras y caminos vecinales o calles urbanas, reparación de estas.
4. Industrialización de la basura o sedimentos de aguas negras
5. Construcción de escuelas, centros comunales, bibliotecas, teatros, guarderías, parques, instalaciones deportivas, recreativas, turísticas y campos permanentes de diversión.
6. Ferias y fiestas patronales, adquisición de inmuebles destinados a las obras descritas al pago de obras institucionales contraídas por la municipalidad por servicios prestados por empresas estatales o particulares cuando emanen de la prestación de un servicio público o municipal.

2. Préstamos bancarios

Un préstamo bancario, por lo tanto, es el crédito que concede un banco. Por lo general, esta operación comienza cuando una persona acude a la entidad bancaria para solicitar dinero prestado. Al recibir el pedido, el banco analizará la capacidad de pago y aprobará la entrega de un cierto monto bajo determinadas condiciones. La ganancia del banco estará en que, al devolver el dinero, la persona tendrá que entregar un adicional en concepto de intereses.³⁰

La entidad que concede el préstamo bancario cuenta con diversos mecanismos para protegerse en caso de que la persona incurra en un impago. El más frecuente consiste en fijar una garantía, que el banco puede ejecutar si la persona no paga las cuotas del préstamo.

Para una persona, solicitar un préstamo bancario puede ser una solución para contar con dinero que, de otro modo, no tendría en el momento en cuestión. Dicho dinero puede servirle para salir de vacaciones, comprar un automóvil, remodelar la casa, entre otros. Sin embargo, al recibir un crédito, el sujeto habrá contraído una deuda cuyos gastos pueden resultar muy elevados.

³⁰ <http://definicion.de/prestamo-bancario/>

3. Titularizaciones

La titularización es un proceso de estructuración de valores que permite vender activos o los derechos sobre los flujos futuros de activos que por su naturaleza, no son líquidos o poseen una lenta realización, permitiendo así que las empresas capten los recursos que necesitan para generar nuevos negocios de una forma que no hubiera sido posible con el financiamiento alternativo al tradicional. Es decir, permite obtener hoy los ingresos futuros generados por los activos a titularizar, permitiendo optimizar los activos de la empresa.

La Titularización puede ser utilizada tanto por empresas privadas como públicas, y les permite emprender nuevos proyectos que generen nuevos negocios, además permite que las empresas puedan refinanciar deuda a un costo menor del financiamiento tradicional, reportándoles así, una menor carga financiera

En general las titularizaciones podrían agruparse en dos tipos:

- a. Titularización de flujos futuros: se debe detectar algún flujo que ha demostrado en el tiempo tener un comportamiento estable, el cual se espera continúe de forma predecible en el tiempo, por ejemplo: impuestos, peajes, venta de electricidad, entre otros.
- b. Titularización por venta de activos: se identifica un activo capaz de generar un flujo financiero futuro, el cual pueda ser vendido por la empresa sin afectar su capacidad operativa. Por ejemplo: cartera de créditos

VIII. GENERALIDADES DE LA AUTOSOSTENIBILIDAD

A. Definición³¹

Empresa autosostenible es aquella que logra continuidad y sostenibilidad económica, política, social y cultural por parte de una comunidad en tiempo y espacio, sin necesidad de apoyo o intervención externa.

Se entenderá por Autosostenibilidad: es una actividad o proyecto que una vez iniciado, se mantiene generando y operando sin la intervención de fondos externos; es decir, genera y no tiene pérdidas, se mantiene por sí mismo.

³¹ http://repository.upb.edu.co:8080/jspui/bitstream/123456789/1180/1/digital_20796.pdf

Las entidades autosostenibles comienzan como proyectos que con base a su rentabilidad y funcionalidad, logran generar ciertos recursos para establecer un próspero funcionamiento, cumpliendo todo el marco legal que lo rige, generando desarrollo en la comunidad en la que se implementase o integrase.

La principal característica de las empresas autosostenibles es que generan la suficiente cantidad de ingresos para solventar sus costos, sin necesidad de recurrir a fuentes externas de apoyo, por medio de su giro principal, puede ser comprobado a través de un estado de resultados, tomando en cuenta los flujos de efectivo; aunque también se afirma que la autosostenibilidad no solo es una característica financiera, que se refleja en una entidad autosostenible cuando logra cumplir eficientemente con el marco normativo, donde desarrolla una cultura de responsabilidad social con la sociedad en la que se ambienta.

Son actividades o proyectos que una vez iniciados que se mantienen generando y operando sin necesidad de fondos externos³².

B. Importancia de la autosostenibilidad

La importancia de la autosostenibilidad radica en que todos los proyectos deben beneficiar a la comunidad, debido a su impacto en el área en que se implementa, buscando solucionar problemas de evidencia social, a partir de esta premisa, la autosostenibilidad es necesaria en todas las organizaciones que desean permanecer en funcionamiento en grandes períodos de tiempo, ya que se conoce que todas las entidades poseen recursos limitados, por lo que se necesita su constante renovación, para mantener las operaciones de estas.

La autosostenibilidad va más allá de cubrir solo el área de solvencia financiera de las entidades, debido a que cubre el área normativa o legal, en donde las organizaciones se someten al funcionamiento en la sociedad cumpliendo el respectivo marco constitucional, también cubriendo el área ambiental, se someten a no dañar los recursos naturales de un territorio para llevar a cabo sus operaciones, de igual manera cumpliendo una función política, social y cultural, en el cual las entidades se someten a integrarse positivamente a la sociedad, y desempeñar un rol como ente económico responsable.

³² <https://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20080930045852AA7oTE6>

C. Características de la autosostenibilidad

Los proyectos, entidades y organizaciones autosostenibles cumplen ciertos requisitos mencionados a continuación:

- ✓ Asegura que la actividad económica mejore la calidad de vida de todos, no sólo de unos pocos selectos.
- ✓ Promueven el cumplimiento del marco normativo existente
- ✓ Usa los recursos eficientemente.
- ✓ Promueve el crecimiento constante de la organización.
- ✓ Pone su confianza en el desarrollo e implantación de tecnologías.
- ✓ Promueve la autosuficiencia regional
- ✓ Reconoce la importancia de la naturaleza para el bienestar humano

D. Tipos de Autosostenibilidad

La autosostenibilidad como característica imprescindible para que una entidad pueda mantenerse en operación y funcionamiento se desglosa dependiendo del tipo de organización en la que se pone en práctica; a continuación se enlistan los tipos de autosostenibilidad:

a. Autosostenibilidad en entidades industriales

La autosostenibilidad en organizaciones industriales se caracteriza debido a que sus costos y sus ingresos varían según el nivel de la producción, agregado al marco normativo que se ve obligada a cumplir, con el fin de mantener su funcionamiento; en estas entidades se busca que la demanda del producto logre cubrir hasta cierto punto, todos los costos que se obtienen al producir este, por lo que es preciso establecer la cantidad de productos necesarios para lograr solventar todos los costos y generar un excedente de ingreso.

b. Autosostenibilidad en entidades de servicio

En caso de las organizaciones de servicio, los costos e ingresos varían de una forma diferente, esto se debe a que estas entidades controlan sus costos de una manera fija, por lo que normalmente no están directamente relacionados a la demanda del servicio que se presta, esto a diferencia de la autosostenibilidad industrial, igualmente se ven regidas por marcos normativos distintos; en la autosostenibilidad de servicios en su mayoría de casos los costos suelen ser posteriores a la materialización del servicio brindado, y los costos suelen estar preestablecidos (salarios, costos de maquinaria o herramientas de uso, entre otros)

c. Autosostenibilidad en entidades comercializadoras

Las entidades comercializadoras tienen un desempeño distinto, parecido a la de las empresas de servicio, aunque no producen, su rol principal es la venta de productos que ofrecen, su principal distinción es que estas obtienen un costo proporcional o variable al inventario que maneja, de igual forma sus ingresos funcionan de la misma manera; los costos de estas entidades suelen manejarse entre fijos y variables, debido a que estas suelen funcionar bajo la modalidad de “salario por venta” o “salario por comisión”, lo cual liga directamente el costo con la cantidad de producto que se comercializa, y mantiene los costos de los salarios fijos establecidos con anterioridad; en la autosostenibilidad de las entidades de comercialización lo que busca es equilibrar tanto los costos de obtener y comercializar el producto, y los ingresos por las ventas, con el fin de obtener un excedente.

d. Autosostenibilidad en entidades mixtas

Existen organizaciones que cubren tanto la fabricación de productos, comercialización de ciertos productos que brindan servicios a sus clientes, que combina los aspectos de los tipos de entidades mencionadas con anterioridad, y a la vez el producto que elabora genera costos unitarios de producción, se obtiene un costo fijo preestablecido por el servicio brindado, en algunos casos los productos están ligados directamente con el servicio que brindan las empresas, o por el contrario, el servicio está ligado al producto que ofrece la entidad, debido a las complejidades técnicas de estas; la diferencia de las características anteriores es proporcional al giro principal al que la entidad se dedica; la autosostenibilidad en las empresas mixtas busca cubrir tanto los costos obtenidos por los servicios, comercialización y de la producción obtenidas en el ejercicio, por medio de un equilibrio equitativo del ingreso por sus productos vendidos, y ofrecimiento de servicio en el mercado existente.

E. Elementos de las entidades autosostenibles

1. Establecimiento de misión, visión y objetivos

Este es considerablemente el elemento más importante de las entidades autosostenibles, donde a partir de la misión, visión y objetivos, la organización puede establecer una planeación más delimitada, esto en el sentido de que los recursos se organizan de forma que estén directamente destinados al cumplimiento de los objetivos y no a actividades que no producen valor agregado a la organización, esto debido al desperdicio del esfuerzo del personal, y el uso indebido de los recursos.

2. Establecimiento de unidad de investigación y desarrollo

La unidad de investigación es necesaria en las empresas que desean innovar su producto o servicio, y adelantarse a un mercado cambiante, que constantemente se integran nuevos ofertantes y demandantes, por lo que es útil, para que las entidades puedan mantener la autosostenibilidad a lo largo del tiempo.

3. Presupuestos

El presupuesto es uno de los elementos necesarios para las entidades autosostenibles, debido a la necesidad de proyectar los ingresos futuros, para la adecuación de los objetivos, metas y estrategias en el periodo de funcionamiento, el no establecimiento de un presupuesto, puede desembocar en la elaboración de excedentes de inventario, y finalmente con un exceso de costos innecesarios que terminan en pérdidas, sumado a que es imprescindible que la compañía o entidad se plantee cuál será el camino a seguir o rumbo que tomará en el mercado.

CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA AUTOSOSTENIBILIDAD DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO DEL PUERTO LA LIBERTAD.

I. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

4. General

- ✓ Realizar un diagnóstico de la situación actual de la autosostenibilidad del Parque Acuático con el propósito de elaborar un Plan de Negocios que contribuya al logro de la Autosostenibilidad del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad.

5. Específicos

- ✓ Efectuar una investigación de campo, con el objetivo de recolectar información para elaborar un Plan de Negocios en el Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad.
- ✓ Determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el Parque Acuático Municipal Playa Conchalío, para crear las estrategias necesarias para dar a conocer el centro turístico a nivel nacional.
- ✓ Elaborar una propuesta de Plan de Negocios que contribuya al logro de la autosostenibilidad del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad.

II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo el estudio, fue necesario apoyarse en métodos y técnicas que permitieron establecer procedimientos aprobados, a fin de dar objetividad y veracidad a la investigación. A continuación se presentan los métodos y técnicas que se utilizaron en el desarrollo de la investigación:

A. Métodos de la investigación

El método que se aplicó en la investigación fue el método científico, el cual se basó en la realización de un conjunto de procedimientos para llevar a cabo la investigación cuyos resultados fueron aceptados como válidos por los investigadores. Consistiendo el método en una serie de pasos que se siguieron de forma sistemática y ordenada para alcanzar los conocimientos deseados, donde se utilizó la producción de conocimientos en las ciencias. Para el desarrollo de la investigación fue necesario apoyar el método científico con sus métodos auxiliares.

1. Analítico

Este consistió en la desagregación de un todo en sus partes para identificar y estudiar cada uno de sus elementos. Por lo tanto, este método se utilizó para analizar cada una de las variables que intervienen con el análisis que va de lo concreto a lo abstracto buscando entender las relaciones y formas de integración internas y externas que ofrecen los servicios del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad.

2. Deductivo

Se utilizó el método deductivo, el cual permitió pasar de afirmaciones de carácter general a hechos particulares, como lo son los gustos, preferencias y expectativas hacia los servicios turísticos ofrecidos por el Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad, lo cual condujo a establecer las conclusiones y recomendaciones para la realización de un Plan de Negocios para Contribuir al Logro de la Autosostenibilidad del centro turístico.

B. Tipo de investigación

Para la realización de la investigación se utilizó el método explicativo, puesto que se requirió del conocimiento de las teorías, los métodos analítico y deductivo que ayudaron a razonar el problema de la autosostenibilidad del parque acuático, por medio de la elaboración de un Plan de Negocios para

Contribuir al Logro de la Autosostenibilidad del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad que le permita generar recursos financieros por sí mismo.

C. Tipo de diseño de la investigación

El tipo de diseño que se utilizó para la realización de la investigación es el no experimental, ya que no se necesitó la manipulación de ninguna variable ni se pretendió comprobar la hipótesis, sino que se observaron los fenómenos tal y como se dieron en forma natural, donde luego se procedió a la interpretación de los datos obtenidos con los instrumentos

D. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Con el objetivo de obtener datos fiables, valederos y oportunos se utilizaron diferentes técnicas de investigación que permitieron la recolección, tabulación e interpretación de la información tales como:

1. La Entrevista

Se efectuó con una guía de preguntas estructuradas dirigidas a la administradora del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad (ver anexo N°5).

2. La Encuesta

Se realizó por medio de un cuestionario dirigido a los clientes actuales(ver anexo N°2), los clientes potenciales (ver anexo N°3) y los empleados del Parque Acuático Municipal (ver anexo N°4).

3. La Observación

Se realizó con el objetivo de observar la situación actual en la que se encuentra el Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad (ver anexo No.6).

E. Fuentes de recolección de información

Para la recolección de la información en la investigación, fue necesaria la utilización de fuentes primarias y secundarias.

1. Primarias

La información que se utilizó para el desarrollo de la investigación fue recolectada de las fuentes primarias consultadas:

- ✓ Clientes actuales del Parque Acuático
- ✓ Clientes potenciales de los diferentes centros turísticos
- ✓ Empleados del Parque Acuático
- ✓ Administradora del Parque Acuático

2. Secundarias

Las fuentes secundarias fueron toda la información que sirvió de base para la elaboración del marco teórico de la investigación, la cual se obtuvo de materiales bibliográficos, tales como: libros, trabajos de graduación, sitios web, documentación de las instituciones que regulan el marco legal para el funcionamiento de los parques acuáticos, entre otros.

F. Determinación del universo y la muestra

La determinación del universo y muestra en esta investigación se conformó de la siguiente manera:

1. Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad

El primer universo se conformó por todos los empleados del Parque Acuático Municipal, quienes están involucrados directamente con los servicios turísticos que se ofrecen en el centro turístico. Por consiguiente se censaron 9 miembros.

2. Clientes Actuales del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío}

El segundo universo de la investigación está constituido por los clientes actuales del parque acuático, quienes son las personas que han visitado el lugar en diversas ocasiones.

Cálculo de la muestra respecto a los Clientes actuales del Parque Acuático

Para el cálculo de la muestra se tomaron los Clientes actuales del Parque Acuático municipal playa Conchalío, se utilizó el Muestreo Aleatorio Simple (MAS), debido a que todos las personas tuvieron la misma probabilidad de ser encuestados; por lo tanto se aplicó la fórmula de población finita, considerando la cantidad de visitantes por mes del parque acuático, que según fuentes, tiene una cantidad de 50 clientes semanales los cuales se multiplican por 4 semanas que en totalidad suman mensualmente 200 clientes en promedio, a continuación se muestra la fórmula que se utilizó:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de Confianza 95%

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

E = Error permisible

N= Tamaño del Universo

Sustituyendo en la fórmula

n = ?

Z = 1.96

p = 0.50

q = 0.50

E = 0.08

$$n = \frac{(1.96^2) (0.50)(0.50)(200)}{(0.08)^2(200 - 1) + (1.96)^2 (0.5*0.5)}$$

$$n = 17.56 \approx \mathbf{18 \text{ Clientes}}$$

3. Clientes Potenciales del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío

El tercer universo está constituido por los clientes potenciales que visitan los demás centros turísticos del Puerto La Libertad, los cuales proporcionaron información muy relevante y pertinente.

Cálculo de la muestra respecto a los clientes potenciales que visitan los diferentes centros turísticos del Puerto La Libertad.

Para el cálculo de la muestra se tomaron los clientes potenciales de los diferentes centros turísticos aledaños al parque acuático municipal Playa Conchalío del puerto La Libertad, dentro de los cuales se encontraron: El Malecón, Playa Conchalío, Playa Majahual y Playa El Tunco; por lo tanto se utilizó el Muestreo Aleatorio Simple (MAS), debido a que todos las personas poseían la misma probabilidad de ser encuestados; por lo tanto se aplicó la fórmula de población infinita, ya que no existen antecedentes de cuantas personas ingresan a los diferentes lugares turísticos que rodean el parque acuático.

La fórmula que se utilizó para determinar el tamaño de la población infinita fue la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q}{E^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de Confianza 95%

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

E = Error permisible

. Sustituyendo en la fórmula

n = ?

Z = 1.96

p = 0.50

q = 0.50

E = 0.09

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) \cdot (0.5)}{(0.09)^2}$$

n = 118.56 ≈ 119 clientes potenciales

G. Tabulación y análisis de datos

Después de recolectar la información a través de las técnicas e instrumentos mencionados, se procedió al procesamiento de la información a través del programa computacional Excel, por medio del cual se tabularon los resultados para su registro y manejo, el cual se llevó a cabo de la siguiente manera:

1. Tabulación de la información

La información recolectada a través de la encuesta, se procesó mediante el uso de cuadros tabulares simples con frecuencias relativas y porcentuales.

2. Análisis e Interpretación de los datos

Luego de haber realizado el proceso de tabulación de los datos, se procedió a realizar la interpretación de los resultados de cada una de las respuestas, por lo cual permitió la interpretación de estas.

3. Presentación de los resultados

Se hizo a través de tablas de distribución de frecuencias, gráficos circulares, gráficos de barras y otros según la necesidad, los cuales sirvieron para la elaboración de las conclusiones y recomendaciones.

III. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO DEL PUERTO LA LIBERTAD.

A. Filosofía y Estructura Organizacional del Parque Acuático

1. Filosofía Institucional

El Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del puerto La Libertad desde su inicio de operaciones no cuenta con una filosofía institucional, debido a que la iniciativa de crear el proyecto del centro turístico surgió de la idea del ex alcalde Carlos Farabundo Molina y su Concejo Municipal solo tenían la idea de realizarlo pero no se asesoraron con un especialista en temas empresariales.

Es por esa razón que los empleados del parque acuático desconocen de la existencia de la misión, visión, valores, metas entre otros (ver anexo No.4, pregunta 1), por lo tanto para mejorar el desempeño del personal que labora en el centro turístico es de suma importancia diseñar la filosofía institucional para garantizar una buena gestión administrativa y buscar la mejor manera para difundirla a todos los integrantes.

2. Estructura Organizacional y Herramientas Administrativas

Las personas que laboran en el Parque Acuático expresaron que no existe ningún documento que hable de las actividades, funciones y deberes que deben desarrollar en el centro turístico (ver anexo No.4, pregunta No.3). Además no posee una estructura organizativa que especifique la jerarquía de cada una de las personas que labora en el centro turístico (ver anexo No.4 pregunta .5), por lo que surge la necesidad de elaborar y proponer una estructura jerárquica que sirva de guía a la gestión administrativa para el logro del correcto desempeño laboral. Además los empleados del parque expresaron que no existe ninguna herramienta administrativa que indique las actividades, puestos, funciones entre otros, estas se ejecutan de manera improvisada para mantener el funcionamiento del lugar (ver anexo No.4, pregunta 2). Por lo tanto es adecuado dotar a la organización de herramientas administrativas que contribuyan a mejorar los servicios y desempeño de las personas que trabajan en las instalaciones del centro turístico. Por consiguiente para colaborar con la elaboración de estas, el equipo de trabajo elaborará un manual de análisis y descripción de puestos, con el fin de auxiliar a la gestión del centro turístico para que cada una de las personas que labora en el lugar tenga conocimiento de todas las actividades, funciones, puestos, entre otros, con el objetivo de garantizar a los visitantes una mayor satisfacción de los servicios.

3. Información sobre las actividades laborales

Para una organización es importante que todo su personal conozca las actividades que deben realizar en el lugar que labora. Para el 67% de los empleados del parque acuático, cuentan con las herramientas e insumos para la realización de cada una de las tareas asignadas de una mejor manera (ver anexo No.4, preguntas 4 y 6).

4. Personal del Parque Acuático

El parque acuático municipal playa Conchalío tiene asignado para su mantenimiento a nueve personas, los cuales se encuentran distribuidas de la siguiente manera: seis personas operativas, tres administrativas (Administradora del parque, Auxiliar y Cajera) (ver anexo No.5, pregunta 19 y 20).

5. Servicios que ofrece

El Parque Acuático Municipal Playa Conchalío ofrece una variedad de servicios a los visitantes, sumando a esto un entorno seguro, con el propósito de crear un ambiente de tranquilidad en el que se pueda olvidar de la rutina y pasar un buen tiempo de comunión con la familia o amigos. Entre los servicios que ofrece el parque se encuentran (ver anexo No.5, pregunta 3):

a. Piscinas

El Parque cuenta con tres piscinas: una para los pequeños, una mediana en la cual pueden disfrutar chicos y grandes que pueden nadar y una grande en la cual hay tres toboganes para aquellas personas que les gusta sentir la adrenalina.

b. Kioscos

El centro turístico dispone de 10 kioscos, los cuales los visitantes podrán alquilar para colocar sus pertenencias y así tener mayor comodidad durante su estadía en el parque.

c. Ventas de Comidas

Son lugares en donde los visitantes podrán degustar de deliciosos platillos, disfrutar de bebidas frías y calientes entre otras.

d. Canchas

Las instalaciones cuentan con tres canchas: una de football, una de softball y una de football playa para todas aquellas personas que son amantes de practicar este deporte, disfrutar entre amigos y familia.

e. Otros Servicios

Además de los servicios antes mencionados, el parque también cuenta con baños para ambos géneros, alquiler de hamacas, alquiler de inflables, seguridad, parqueo vehicular, entre otros.

B. Análisis de la Autosostenibilidad del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad.

La Administración del parque acuático municipal expresó que por el momento el centro turístico no es sostenible, debido al impacto que recibe de sus gastos comparado con los bajos ingresos, lo cual dificulta su operatividad (Ver anexo No.5, Pregunta No.29), por otro lado, la administradora comentó la dificultad de llevar a cabo las actividades del parque por falta de acceso a efectivo, a razón de que el control de fondos es llevado por la Alcaldía, la cual no establece un monto que pueda administrar el parque, forzando a hacer licitaciones a la unidad de UACI (Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional), provocando lentitud en la obtención de los insumos necesarios para llevar a cabo las operaciones del parque. (Ver anexo No.5, Pregunta No.30 y 31).

C. Análisis FODA

1. Identificación de las Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con un amplio complejo recreacional • Tiene precios accesibles al público en general. • Tiene un área recreacional segura con vigilancia por parte del cuerpo de agentes municipales. • Cuenta con instalaciones recreacionales como piscinas, toboganes y canchas de football, football playa y Softball. • Se encuentra en un área accesible al público. 	<ul style="list-style-type: none"> • Faltan instrumentos administrativos para un correcto desempeño de las operaciones del personal del parque acuático. • Falta de árboles que den sombra dentro de las instalaciones del parque acuático. • No hay accesibilidad a fondos para la utilización de compras y adquisiciones menores disponibles para la gestión del parque • Bajo nivel de visitantes.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con apoyo de la Alcaldía, en la estructuración de su financiamiento y promoción. • Ubicación altamente frecuentada en temporadas vacacionales por turistas. • Cuenta con gran zona aledaña para construcción de nuevas atracciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran variedad de competidores en la zona del Puerto de La Libertad. • Peligrosidad en la zona en que se ubica el parque Acuático. • Alta frecuencia de alerta de evacuación por oleaje alto al estar cerca del mar.

2. Identificación de Factores Internos y Externos

FACTORES		INTERNOS	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
EXTERNOS	OPORTUNIDADES	<i>POTENCIALIDADES</i>	<i>DESAFÍOS</i>
		<ul style="list-style-type: none"> • El apoyo de la alcaldía puede ayudar a promover mejoras en las cualidades atractivas del parque acuático • Hay una ventaja respecto a la accesibilidad del parque acuático para atraer turistas en temporadas vacacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la implementación de instrumentos administrativos para mejorar el número de visitantes que tiene el centro turístico • Estudiar los beneficios de la implementación de nuevas atracciones para atracción de nuevos visitantes.
	AMENAZAS	<i>RIESGOS</i>	<i>LIMITACIONES</i>
		<ul style="list-style-type: none"> • Existen posibilidades de que la competencia del puerto logre copiar o superar los atractivos con los que cuenta el Parque Acuático. • Riesgo de que el parque se vea afectado por la delincuencia que existen en las zonas aledañas respecto a infraestructura o clientela. 	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de cuidado ambiental de las zonas del parque, incrementado a los problemas de alto oleaje de la zona costera que impide el crecimiento del desarrollo turístico del sector. • La falta de acceso a fondos, limita a la gestión del Parque Acuático en cuanto a la toma de decisiones correctivas o de reacción ante problemas.

D. Estudio de Mercado

1. Análisis de la Oferta

Los servicios que el parque Acuático ofrece en la actualidad son: piscinas, canchas de football, ventas de comidas, alquiler de hamacas, kioscos, inflables, mesas entre otros. Los visitantes opinan que deberían mejorar algunos servicios ofrecidos, tales como: parqueo, servicios sanitarios, kioscos y las zonas verdes (ver anexo No. 2, pregunta 4; ver anexo No. 3, pregunta 12).

2. Análisis de la Demanda

La mayor parte de personas que visitan el Parque Acuático en calidad de clientes actuales están conformados por turistas nacionales siendo jóvenes del segmento femenino ubicado debajo de 30 años de edad seguidos de grupos familiares y amigos (ver anexo No.2, datos generales).

Los visitantes en su mayoría consideraron que los meses de abril y agosto son los más demandados para visitar el Parque Acuático Municipal Playa Conchalío (ver anexo No.2, pregunta 12).

3. Mezcla de Marketing

1. Servicios Turísticos

Los servicios que ofrece el Parque Acuático son: Gastronómicos, Diversión y Deportes (ver anexo No.5, pregunta 3).

La mayoría de los visitantes considera factible que se ofrecieran nuevos servicios como: alquiler de habitaciones, fiestas, salón para eventos entre otros (ver anexo No.2, pregunta 9). Por consiguiente, es necesaria, la incorporación de nuevos servicios turísticos con el propósito de satisfacer las necesidades de los visitantes del parque acuático.

2. Precio

La Administración de la Alcaldía Municipal realizó un sondeo con los demás centro turístico aledaños del municipio La Libertad para establecer los precios por cada servicio. En la actualidad el 89% de los encuestados expresó que los precios son accesibles, lo cual demuestra que son competitivos con respecto a los demás centros turísticos (ver anexo No.2, pregunta 5).

Estos son los precios de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Acuático:

Servicios	Precios
Ingreso Turista Nacional	\$ 3.00
Ingreso Turista Local	\$ 1.50
Ingreso Niños	\$ 1.00
Otros	
Alquiler de Kiosco	\$ 5.00
Alquiler de Hamaca	\$ 1.00
Alquiler de Inflable	\$ 1.00
Mesa y Sillas	\$ 3.00

Nota: Adultos Mayores su ingreso es gratuito

Ventas de Comida

En este servicio, cada uno de los propietarios es libre de colocar los precios, con la condición que sean accesibles al bolsillo de los visitantes del centro turístico.

3. Plaza

El parque acuático está ubicado estratégicamente en una zona accesible al público en general, debido a su cercanía con la carretera litoral que incluye una alta visibilidad, además de encontrarse aledaña a la playa Conchalío y la terminal de buses de la ruta 102 a pocos metros de la entrada principal del centro turístico, que atrae a turistas provenientes de otros lugares fuera del departamento (ver anexo No. 6).

4. Promoción

Para una organización es importante darse a conocer a través de los diferentes medios publicitarios, para obtener una demanda óptima de visitantes que ingresen y hagan uso de todo los servicios que ofrece, el Parque acuático Municipal Playa Conchalío utiliza como medios de publicidad: la comunicación interpersonal entre familiares o amigos, hojas volantes y el internet (ver anexo No. 3, pregunta 10, ver anexo No.2, pregunta 2) para darse a conocer en el medio turístico.

A pesar de contar con diferentes medios publicitarios, se observa que son insuficientes para dar a conocer el Parque Acuático y los servicios que este ofrece a los turistas, lo cual mantiene bajas las visitas, por consiguiente los encuestados en su mayoría consideran que la administración del parque acuático necesita trabajar en la publicidad para posicionarse sobre los demás centros turísticos (ver anexo No.2, pregunta 7, ver anexo No.4, pregunta 9). Adicionalmente los futuros clientes desean recibir noticias acerca de las promociones y eventos que se realicen con posterioridad en el centro turístico a través de

los siguientes medios publicitarios, tales como: Televisión, Radio e Internet lo cual consideran son los más frecuentados por las personas en todo momento (ver anexo No. 2, pregunta 11).

E. Estudio Económico Financiero

La Administración del Parque Acuático Municipal expresó problemas con respecto a la autosostenibilidad del Parque Acuático, debido al déficit de ingresos que percibe, esto sumado a las dificultades presentados a la administración por la falta de efectivo disponible para solventar los problemas (ver anexo No.5, pregunta No.29, 30 y 31), por lo que en este apartado se especifican los actuales puntos relacionados al ingreso, costos y gastos que se ven involucrados a la hora de brindar el servicio.

1. Ingresos y Egresos

Actualmente los ingresos del parque se obtienen a partir de la entrada de visitantes y otros servicios que presta como son: alquiler de kioscos, hamacas, inflables o flotadores, mesas y sillas; los costos para brindar el servicio en el centro turístico están ligados únicamente a sueldos de los trabajadores, mientras que los gastos están relacionados a todos los egresos realizados por la Gestión en actividades que están directamente relacionadas con brindar los servicios, como lo son el mantenimiento y limpieza de piscinas, promoción y publicidad, entre otros.

Actualmente el registro de ingresos consta de los meses de marzo a octubre, que se subdividen de la siguiente manera: Ingreso por visitas, Ingreso por servicios prestados e ingreso por alquiler de locales.

REGISTRO DE INGRESOS AÑO 2015 DE MARZO A OCTUBRE. PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO

CONCEPTO	2015								SUBTOTAL
	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	
TURISTAS	\$1,734	\$3,696	\$468	\$930	\$1,371	\$2,853	\$1,002	\$495	\$12,549
NIÑOS	\$360	\$2,027	\$198	\$220	\$234	\$485	\$208	\$217	\$3,949
PORTEÑOS	\$837	\$3,057	\$884	\$719	\$759	\$1,226	\$525	\$233	\$8,240
INGRESO VISITAS	\$2,931	\$8,780	\$1,550	\$1,869	\$2,364	\$4,564	\$1,735	\$945	\$24,738
HAMACAS	\$72	\$335	\$86	\$59	\$90	\$216	\$103	\$51	\$1,012
INFLABLES	\$204	\$535	\$97	\$159	\$157	\$327	\$119	\$37	\$1,635
CABAÑAS	\$235	\$490	\$40	\$50	\$105	\$590	\$240	\$190	\$1,940
INGRESO SERVICIOS	\$511	\$1,360	\$223	\$268	\$352	\$1,133	\$462	\$278	\$4,587
KIOSCOS	\$1,200	\$1,200	\$1,200	\$1,200	\$1,200	\$1,200	\$1,200	\$1,200	\$9,600
LOCAL	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$1,200
INGRESO ALQUILER	\$1,350	\$1,350	\$1,350	\$1,350	\$1,350	\$1,350	\$1,350	\$1,350	\$10,800
TOTAL	\$4,792	\$11,490	\$3,123	\$3,487	\$4,066	\$7,047	\$3,547	\$2,573	\$40,125

REGISTRO DE COSTOS AÑO 2015 DE MARZO A OCTUBRE.**PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO**

CONCEPTO	2015								TOTAL
	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	
Sueldos y Salarios	\$2,013.68	\$2,013.68	\$2,013.68	\$2,013.68	\$2,013.68	\$2,013.68	\$2,013.68	\$2,013.68	\$16,109.44
Aporte Patronal	\$307.09	\$307.09	\$307.09	\$307.09	\$307.09	\$307.09	\$307.09	\$307.09	\$2,456.69
Total	\$2,320.77	\$18,566.13							

Los costos del Parque Acuático están relacionados con los servicios realizados para atender a los clientes, que se reconocen en los conceptos de Sueldos y salarios, aporte patronal fijos de 3 puestos de servicio al cliente, 3 salvavidas y 2 ordenanzas, por lo que el costo total de brindar el servicio, asciende al monto de \$18,566.13 desde marzo hasta octubre del año 2015.

Los gastos del parque son aquellos relacionados con el mantenimiento del parque, y otros servicios afines al cuidado del parque, los cuales se subdividen de la siguiente manera.

REGISTRO DE GASTOS AÑO 2015 DE MARZO A OCTUBRE.**PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO**

Gastos de Administración	2015								TOTAL
	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	
Sueldos y Salarios	\$1,506.84	\$1,506.84	\$1,506.84	\$1,506.84	\$1,506.84	\$1,506.84	\$1,806.84	\$1,806.84	\$12,654.72
Aporte Patronal	\$229.79	\$229.79	\$229.79	\$229.79	\$229.79	\$229.79	\$275.54	\$275.54	\$1,929.84
Desinfectante	\$19.40	\$19.40	\$19.40	\$19.40	\$19.40	\$19.40	\$19.40	\$19.40	\$155.20
Hipoclorito de Calcio	\$174.90	\$174.90	\$174.90	\$174.90	\$174.90	\$174.90	\$174.90	\$174.90	\$1,399.20
Soda Caustica	\$68.75	\$68.75	\$68.75	\$68.75	\$68.75	\$68.75	\$68.75	\$68.75	\$550.00
Soda Hash	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$240.00
Solvente mineral	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$80.00
Sulfato de Cobre	\$101.50	\$101.50	\$101.50	\$101.50	\$101.50	\$101.50	\$101.50	\$101.50	\$812.00
Alguicida	\$12.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$12.05
Clarisol	\$64.00	\$64.00	\$64.00	\$64.00	\$64.00	\$64.00	\$64.00	\$64.00	\$512.00
Acido	\$89.25	\$89.25	\$89.25	\$89.25	\$89.25	\$89.25	\$89.25	\$89.25	\$714.00
Legia	\$56.00	\$56.00	\$56.00	\$56.00	\$56.00	\$56.00	\$56.00	\$56.00	\$448.00
Rinso	\$26.00	\$26.00	\$26.00	\$26.00	\$26.00	\$26.00	\$26.00	\$26.00	\$208.00
Bolsa Jardinera	\$12.50	\$12.50	\$12.50	\$12.50	\$12.50	\$12.50	\$12.50	\$12.50	\$100.00
Escobas	\$10.86	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$10.86	\$0.00	\$21.72
Trapeadores	\$14.76	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$14.76	\$0.00	\$29.52
Rastrillos	\$27.75	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$27.75	\$0.00	\$55.50
Corbos	\$14.20	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$14.20	\$0.00	\$28.40
Cumas	\$13.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$13.00	\$0.00	\$26.00
Mangueras	\$39.30	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$39.30	\$0.00	\$78.60
Pala	\$51.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$51.00	\$0.00	\$102.00
Aspiradores	\$400.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$400.00	\$0.00	\$800.00
Azadones	\$26.90	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$26.90	\$0.00	\$53.80
Desgramadora	\$276.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$276.00	\$0.00	\$552.00
Energía Eléctrica	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$2,000.00
Teléfono	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Otros insumos	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$400.00
TOTAL MENSUAL	\$3,574.75	\$2,688.93	\$2,688.93	\$2,688.93	\$2,688.93	\$2,688.93	\$3,908.45	\$3,034.68	\$23,962.55

Los sueldos y salarios del área administrativa corresponden a los puestos del Gerente General con salario de \$500, un cajero con \$251.71, 2 encargados de mantenimiento de instalaciones de \$251.71, y un jardinero de \$251.71, conformando un total de \$1,506.84, pero en el mes de septiembre se integro un encargado de promoción y publicidad con \$300, ascendiendo a \$1,806.84, dando como total \$12,654.72 para el año 2015.

Al hacer comparación de los ingresos, costos y gastos desde marzo a octubre del año 2015, se obtiene el siguiente resultado:

COMPARATIVO INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2015 DE MARZO A OCTUBRE.
PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO

CONCEPTO	VALOR
Ingresos por ventas por servicios	\$40,125.00
Egresos por costos	\$18,566.13
Egresos por gastos	\$23,962.55
Efectivo restante	(\$2,403.68)

Por lo tanto, al observar los resultados de la actual administración, se establece una problemática con respecto a los resultados del Parque Acuático, el cual expresó realizar más egresos en concepto de costos y gastos que ingresos de ventas por servicios en el lugar, por lo que el centro turístico no es autosostenible. Además, se mencionó la problemática con respecto al acceso a fondos por la Alcaldía, a causa de los procesos para solicitar efectivo, a partir de las Unidad de Adquisición y Contratación Institucional (UACI).

2. Fuentes de Financiamiento

Para llevar a cabo la construcción del Parque Acuático Municipal fue necesario acceder a fuentes de financiamiento, los cuales se dividen en préstamos realizados en una entidad bancaria y utilización del fondo FODES otorgado por el gobierno a la alcaldía municipal de La Libertad solo en conceptos permitidos por el Artículo 4 de la Ley de Fondos para el desarrollo económico y social de las municipalidades.

➤ **Préstamo bancario**

El 16 de noviembre del año 2014, la alcaldía municipal adquirió un préstamo con el banco hipotecario para la realización de obras en el Puerto de la Libertad, el 100% fue de \$3,000,000 correspondiente \$780,000.00 para la creación del Parque Acuático con una cuota mensual de \$63,446.31 correspondiente a una tasa de interés de 9.8% con un plazo de 5 años, mientras el monto restante del préstamo conformado por \$2,220,000.00 fue destinado para la realización de nuevos proyectos entre otros.

➤ **Fondo FODES**

Para la inversiones en instalaciones turísticas del Parque Acuático municipal, la gestión hace solicitudes de fondo a la alcaldía de La Libertad, el cual utiliza del fondo FODES, destacando que este proceso es muy controlado a partir de los registros de transacciones económicas y no se otorga el efectivo directamente a la gestión del parque acuático, lo cual dificulta la libertad de la toma de decisiones.

IV. ALCANCES Y LIMITACIONES

A. Alcances

- Durante el desarrollo de la investigación de campo se obtuvo la información, por medio de los instrumentos de recolección de información, que los turistas del municipio La Libertad colaboraron en llenar, lo cual fueron considerados parte de la demanda potencial para los productos y servicios turísticos que ofrece el Parque Acuático Municipal Playa Conchalío.
- Al mismo tiempo haciendo uso de la entrevista se obtuvo la opinión de un personaje clave, como la administradora del centro turístico, principal agente de la oficina de información turística del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío, lo que permitió conocer con mayor profundidad las ideas de los entrevistados.
- Por medio de la observación que se realizó se pudo visualizar las diferentes actividades, ambiente y comportamientos de los lugareños y visitantes de la zona, lo que permitió crear un perspectiva más amplia de los elementos fundamentales, que sumados con los resultados obtenidos con el conjunto de instrumentos, constituirán el insumo para el diseño del plan de negocios para el Parque Acuático Municipal Playa Conchalío; sin embargo quedará a nivel de propuesta, para ser considerado por la Alcaldía Municipal de La Libertad.

B. Limitaciones

- Cuando se realizó el traspaso de poder a la nueva administración municipal se tuvo que gestionar nuevamente el permiso para realizar el trabajo de investigación en el Parque Acuático Municipal Playa Conchalfo.
- No se pudo realizar la entrevista con el administrador de la alcaldía municipal por razones que renuncio a la alcaldía municipal de La Libertad.
- Originalmente la muestra calculada fue de 119 clientes potenciales, pero a raíz de que en las pregunta uno 12 personas contestaron que nunca han visitado un Parque Acuático, por lo tanto la muestra se redujo hasta 107, lo cual se convierte en la nueva muestra para la realización del diagnóstico de la situación actual del Parque Acuático

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A. Conclusiones

- El Parque Acuático no posee una filosofía institucional establecida que incluya: misión, visión, objetivos, valores, políticas, entre otros. Que especifiquen los lineamientos que la gestión desea alcanzar para el lograr un mejor desempeño laboral.
- Los empleados del parque acuático no cuentan con una estructura organizacional, que identifiquen las respectivas jerarquías, puestos, funciones, actividades entre otros, necesarios para la realización de las tareas que se desempeñan en el centro recreativo.
- La gestión del parque acuático carece de un manual de análisis y descripción de puestos que facilite el acceso a la información por parte de los empleados y su respectiva incorporación a las actividades que ejecutan.
- Existe poca promoción y publicidad con respecto a los servicios que ofrece el Parque Acuático a través de los diferentes medios publicitarios existentes, razón por la cual el centro turístico carece de una afluencia turística esperada.
- La administración del parque acuático no cuenta con efectivo disponible para hacer frente a gastos de las actividades, debido a que todo el efectivo entrante es destinado a la Alcaldía.
- La Gestión del Parque Acuático no cuenta con proyecciones financieras, respecto a las actividades a realizar en los siguientes períodos, lo que dificulta el establecimiento de parámetros para la medición de la autosostenibilidad.

- El Parque Acuático Municipal Playa Conchalío, no cuenta con un plan de negocios que contribuya al logro de la autosostenibilidad, que ayude a un óptimo control de los de los ingresos y gastos que se realizan de las operaciones del centro turístico.

B. Recomendaciones

- Crear y difundir la filosofía institucional que incluya: misión, visión, valores, políticas entre otros, para que los empleados se identifiquen con los objetivos que persigue la Gestión del Parque Acuático para el logro de un mejor desempeño laboral.
- Diseñar y elaborar una propuesta de estructura organizativa al Parque Acuático que indique la jerarquía, puestos, funciones, actividades entre otros, con el objetivo de garantizar a la gestión de la organización un mejor desempeño de las actividades que realiza la persona que labora en el centro turístico.
- Para lograr un mejor desempeño laboral es necesario la creación de un manual de análisis y descripción de puestos que especifique: el nombre de los puestos, sus funciones, actividades, responsabilidades, salarios, entre otros.
- Impulsar estrategias de promoción y elaboración de herramientas publicitarias que podrán utilizarse en los diferentes medios publicitarios, tales como: brochure, afiches, vallas publicitarias, radio entre otros, con el fin de dar a conocer el Parque Acuático Municipal Playa Conchalío a nivel nacional.
- Incorporar un fondo del efectivo remanente, a la Administración del Parque Acuático con el fin de solventar los problemas de acceso a un fondo disponible, para solventar los gastos relacionados con la realización de actividades en el centro turístico.
- Establecer presupuestos que ayuden a la administración del Parque Acuático a implementar un control sobre los ingresos, costos y gastos, con el fin de establecer estrategias y parámetros que contribuyan al logro de percepción de flujos positivos de ingresos en el parque,
- Implementar un plan de negocios integral dentro de la gestión del Parque Acuático que contribuya al logro de la autosostenibilidad del centro turístico.

CAPÍTULO III. PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS QUE CONTRIBUYA AL LOGRO DE LA AUTOSOSTENIBILIDAD DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO DEL PUERTO LA LIBERTAD.

I. OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. Objetivo General

- Realizar un Plan de Negocios que contribuya al logro de la Autosostenibilidad del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad

2. Objetivos Específicos

- Elaborar una propuesta de la Filosofía, Estructura Organizacional y un Manual de Análisis y Descripción de Puestos para el Parque Acuático Municipal Playa Conchalío.
- Proponer estrategias y tácticas de mercadotecnia, diseñar diferentes medios de publicidad y promoción para aumentar la cantidad de visitas al Parque Acuático Municipal Playa Conchalío, con el fin de alcanzar los objetivos establecidos por el centro turístico.
- Elaborar un Plan Económico Financiero, que contribuya al logro de la autosostenibilidad del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío.

II. RESUMEN EJECUTIVO

El turismo es un sector importante de la economía de El Salvador, cuenta con instituciones públicas encargadas de regular las actividades de las empresas involucradas en servicios de dicho giro, por lo que es imprescindible que las entidades turísticas se desarrollen en un entorno favorable, para lograr la autosostenibilidad, a pesar de la alta competitividad que existe en el país.

Invertir en el área turística es rentable en El Salvador, debido a que la gran cantidad de opciones que existen, son altamente demandadas por los turistas, por lo que establecer un parque acuático en el Puerto de La Libertad en una ubicación estratégica, es una oportunidad única que posee la municipalidad, a través de la cual puede mejorar sus ingresos para desarrollar más proyectos en el municipio

Para establecer un centro turístico es clave proponer un plan de marketing para aprovechar todas las oportunidades que se le presentarán a la organización, y formar una campaña publicitaria, con el fin de potencializar el turismo internamente.

Con respecto al área financiera del Parque Acuático, es indispensable que la Gestión responda a los problemas económicos históricos del año 2015, debido a que requirió de fondos externos para hacer frente a las pérdidas, por lo cual establecer un área organizativa sistemática y un plan de marketing contribuirá a posicionarse sobre los demás centros turísticos, y lograr los ingresos suficientes para liquidar los egresos que generan las operaciones.

El Parque Acuático es una oportunidad de negocio rentable, que ayudará a mejorar la calidad de vida de los habitantes del Puerto de La Libertad, generando empleo, incrementando la actividad turística del sector, estimulando el mercado del municipio, y atraer mayor inversión para mejorar la infraestructura, entre otros.

III. PERFIL DEL PARQUE ACUÁTICO

A continuación se desarrollan los siguientes puntos respecto a la Institución u Organización:

- **Nombre Comercial**
Parque Acuático Municipal Playa Conchalí
- **Actividad Económica o Giro**
Servicios Turísticos
- **Reseña Histórica**

El Parque Acuático Municipal Playa Conchalí se encuentra ubicado en el km 36 ½ carretera El Litoral, atrás de la terminal de buses de la ruta 102.

El enfoque del Parque Acuático es crear un ambiente de diversión entre amigos y familiares, por medio de los diferentes atractivo turísticos que este ofrece a los turistas de los diferentes puntos del municipio como del exterior. El proyecto fue constituido el 21 de marzo de 2015, bajo la iniciativa de la anterior Gestión Municipal, quienes identificaron la oportunidad de potencializar el turismo a través de la creación de un Parque Acuático y así generar un aumento de los ingresos a la municipalidad, para la creación de nuevos proyectos. En la actualidad, la Alcaldía municipal del municipio de La Libertad; bajo la gestión del alcalde Capitán Miguel Jiménez, se propone fortalecer y dar nuevo impulso al proyecto del Parque Acuático municipal, con el objetivo de incrementar el turismo en el municipio.

- **Servicios o Producto Turístico**

El Parque Acuático es una Institución dedicada a proveer diversión y un ambiente de sano esparcimiento familiar a los diferentes segmento de edades, con el fin de garantizar la satisfacción de cada una de las personas que visitan las instalaciones del centro turístico. Por lo tanto los servicios que ofrece son los siguientes:

- ❖ Piscinas
- ❖ Toboganes
- ❖ Canchas de Football Playa y Soccer
- ❖ Zonas verdes
- ❖ Ventas de comida
- ❖ Amplio parqueo
- ❖ Seguridad, Entre Otros

IV. DISEÑO DE ESTRATEGIAS PROPUESTAS PARA EL LOGRO DE LA AUTOSOTENIBILIDAD DEL PROYECTO PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO

A. Propuesta del plan organizacional

1. Misión

Somos un Parque Acuático dedicado a crear experiencias a través de la diversión, adrenalina y descanso a los visitantes nacionales y extranjeros, en un ambiente cálido y seguro que contribuya a la convivencia entre amigos y familiares.

2. Visión

Ser el mejor Parque Acuático municipal en brindar esparcimiento y recreación a los visitantes nacionales y extranjeros, por medio de la calidad, variabilidad y excelencia en la atención al cliente

3. Objetivos Institucionales

- Ofrecer los mejores atractivos turísticos, que garanticen la satisfacción de los clientes y posicionar al Parque Acuático sobre la competencia.
- Establecer convenios estratégicos con instituciones públicas y privadas, que conlleve a un aumento de los ingresos por medio de la afluencia turística en el Parque Acuático Municipal Playa Conchalío.
- Crear una fuente de empleos y oportunidades de desarrollo a la población que reside en el municipio en el puerto La Libertad.
- Desarrollar campañas publicitarias para dar a conocer los servicios que ofrece el Parque Acuático Municipal a través de la utilización de los diferentes medios publicitarios para difundir sus promociones y demás atractivos turísticos.
- Generar ingresos a través de la actividad económica del Parque Acuático, que tengan la función de contribuir con la municipalidad para el desarrollo de nuevos proyectos que beneficien a los residentes del municipio de La Libertad.

4. Valores

Estos marcan pautas de comportamiento en diferentes situaciones que se presentan a nivel personal, interpersonal y organizacional. Por lo tanto se pide a los empleados del parque acuático municipal Playa Conchalí adoptar los siguientes valores para proporcionar un mejor servicio a todos los visitantes del centro turístico.

➤ Respeto

Todo empleado del parque acuático deberá tratar con cortesía y amabilidad a los visitantes y compañeros de trabajo utilizando un lenguaje adecuado y tono de voz no altivo.



➤ Responsabilidad

Realización de un buen trabajo, cumpliendo con los horarios y actividades establecidas por la administración del parque acuático, así garantizar la seguridad de los visitantes dentro de las instalaciones del lugar.



➤ Honestidad

Velar por la honradez y transparencia del uso de los recursos destinados a las operaciones del Parque Acuático, y así garantizar la calidad en los servicios ofrecidos al público en general.



➤ Trabajo en Equipo

Comprometerse en la realización de las tareas de manera conjunta buscando el bienestar colectivo para garantizar mayor satisfacción a las personas que visitan el centro turístico.



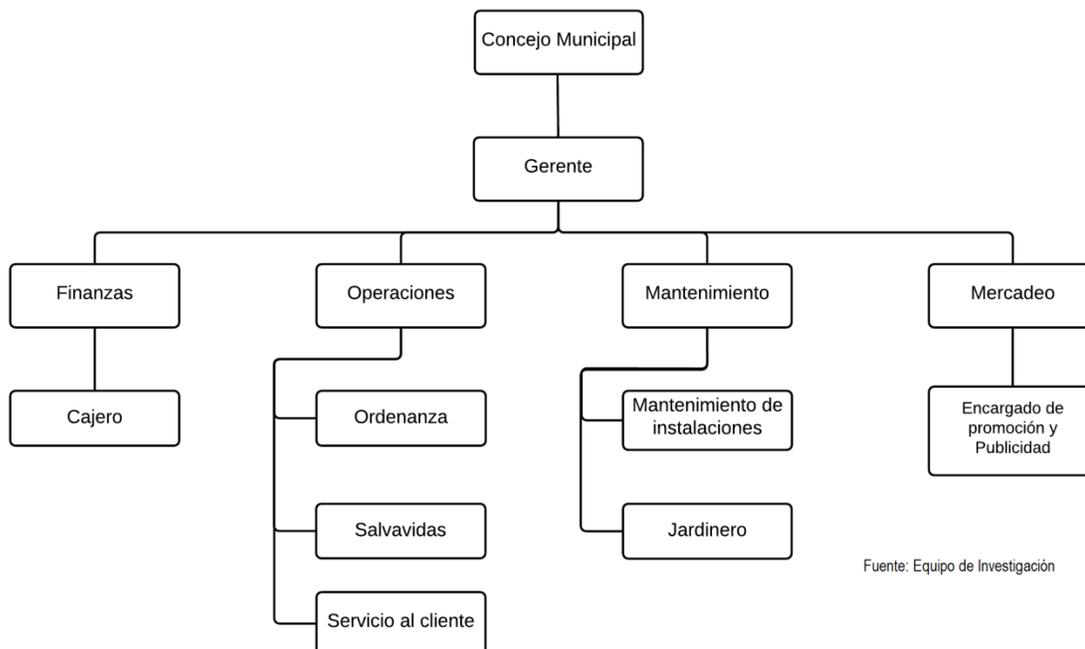
5. Políticas

- Mantener la misión, visión y valores en un lugar visible en el Parque Acuático.
- Respetar el horario de entrada y salida
- Respetar el horario del uso del tobogán
- No permitir el ingreso de personas en estado de ebriedad o introducción de ningún tipo de armas.
- Hacer uso adecuado de las instalaciones del Parque Acuático, caso contrario se procederá a la sanción del cobro inmediato de lo que el visitante desobedezca o destruya.
- Ofrecer un servicio de vigilancia activo
- Mantener siempre nuestra imagen en alto.
- Atender al turista es responsabilidad de todos los integrantes del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío.
- Todos los empleados del Parque Acuático deben mantener un comportamiento ético fuera o dentro del centro turístico.
- Los puestos de trabajo en el Parque Acuático son de carácter polifuncional; ningún empleado debe negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
- Brindar un trato justo y esmerado a los turistas, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin del Parque Acuático es el servicio a la sociedad.
- Colocar un buzón de sugerencia en la entrada principal del lugar.
- Reconocimiento a nuestros trabajadores por ideas de mejora y ahorro al Parque Acuático Municipal Playa Conchalío.
- Mantener una sesión semanal, a fin de mantener actualizados a nuestros empleados para considerar planes y programas, definir prioridades, plantear soluciones, entre otros.
- Brindar un servicio de calidad al turista, con el fin de que regrese y pueda recomendarnos.
- Todo el personal del Parque Acuático deberá portar su uniforme o carnet que lo identifique de las demás personas que visitan el centro turístico

6. Estructura Organizacional

a. Organigrama Propuesto

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO



Simbología

Autoridad Lineal

Es la autoridad que se ejerce directamente desde los eslabones superiores hasta los inferiores.

- **Descripción de las unidades de la Estructura Organizativa**

Concejo Municipal de la Alcaldía de La Libertad

Son los Encargados de tomar todas las decisiones del rumbo que deberá tomar el Parque Acuático. Además de estudiar, firmar y aprobar las solicitudes que el/la Gerente del Parque Acuático considere pertinentes o necesarias para garantizar excelencia en el funcionamiento para los turistas en general.

Gerente del Parque Acuático

Será la persona que representará la organización, tanto frente a los visitantes y funcionarios de la administración de la alcaldía municipal, además será el/la responsable de velar por el orden y correcto funcionamiento de las actividades que se desarrollen en las instalaciones del Parque Acuático, así como también la toma de decisiones y asignación de tareas o actividades a cada una de las personas que laboran en el centro turístico. Será asimismo responsable de llevar el control de los ingresos y entregar un reporte con el dinero obtenido para que sea incluido en el patrimonio de la alcaldía municipal en una cuenta asignada al Parque Acuático Municipal Playa Conchalío, por lo que deberá permanecer en las instalaciones durante el tiempo que se encuentre abierto al público en general, entre otras actividades.

ÁREA DE FINANZAS

La función principal es la administración de los recursos económicos del Parque Acuático. Para ello tendrá que tomar decisiones de como asignar los recursos disponibles en las diferentes áreas funcionales del centro turístico, por medio de proyectos de inversión, con el objetivo económico de maximizar los beneficios.

Cajero

Será la persona encargada de realizar los cobros por ingreso y los servicios que los visitantes decidan adquirir, en su estadía en las instalaciones del Parque Acuático. También dará las indicaciones y proporcionará la información del reglamento interno existente para los usuarios del recinto, además de colaborar con el manejo del control de las entradas y salidas de efectivo diarias del centro turístico.

ÁREA DE MANTENIMIENTO

Es el lugar donde las personas que sean asignados en esta área se encargaran de velar por el buen funcionamiento de todas las instalaciones del Parque Acuático para garantizar un servicio con excelencia que ayude a aumentar la afluencia de los turistas para alcanzar un mayor posicionamiento en el mercado turístico.

Mantenimiento de Instalaciones

Serán las personas encardas de realizar un conjunto de acciones, para mejorar y reparar las instalaciones (piscinas, baños, propiedad, parqueo, entre otros), permitiendo su uso de manera eficiente, con el propósito de garantizar las condiciones adecuadas.

Jardinero

Persona que se encargará de realizar acciones que ayuden a plantar, conservar y mantener las zonas verdes del centro turístico en excelente estado.

ÁREA DE OPERACIONES

Es el área encargada de realizar todas las actividades de aseo, remodelación, seguridad para las personas, entre otros, con el objetivo de satisfacer las necesidades y fortalecer los servicios del Parque Acuático, por medio de la colaboración de las siguientes personas: ordenanzas, salvavidas y servicio al cliente todos ellos para brindar y garantizar un servicio de excelencia en las instalaciones del centro turístico.

ÁREA DE MERCADEO

Esta área será la encargada de elaborar y ejecutar las estrategias de promociones, instrumentos de mercado y difusión de todas las actividades a través de los diferentes medios publicitarios, tales como: brochure, afiches, vallas publicitarias, radio entre otros, con el objetivo de impulsar los servicios que ofrece el Parque Acuático.

7. Manual de Análisis y Descripción de Puestos

Toda organización necesita herramientas administrativas que ayuden a dirigir el curso que debe seguir la institución, además que sirva de guía a las personas que laboran en el Parque Acuático respecto a su puesto, funciones o actividades diarias, periódicas, eventuales que deben realizar, para garantizar la satisfacción de los clientes. Por lo tanto los investigadores presentan una propuesta de un Manual de análisis y Descripción de Puestos en el que se pretende ayudar a desempeñar de una manera eficaz y eficiente cada una de las actividades descritas en el documento. (Ver anexo No. 7)

B. Plan de Marketing**1. Diseño de estrategias de mercadotécnica**

A través del cruce de variables que integran la Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), se pretende trazar diferentes alternativas que tienen el objetivo de aprovechar los diferentes elementos y situaciones que constituyen el Parque Acuático, beneficiando así el cumplimiento de sus objetivos, metas y logros establecidos por la gestión.

El cruce de variables establece cuatro tipos de estrategias posibles, que dependen de los elementos internos y externos del parque acuático: Ofensivas (Fortalezas y Oportunidades), Defensivas (Fortalezas y Amenazas), Adaptativas (Debilidades y Oportunidades) y de Supervivencia (Debilidades y Amenazas).

a. Ofensivas (FO)

Las estrategias ofensivas se enfocan en utilizar los aspectos positivos y favorables que tiene el parque acuático municipal, con el fin de lograr aprovechar las oportunidades que se presentan en las diferentes situaciones del centro turístico, a continuación se detallan las diferentes estrategias propuestas:

- ✓ El Parque Acuático debe aprovechar sus características y elementos positivos para promocionarse y establecerse como el centro turístico más atractivo y favorito para el desarrollo de eventos y actividades. Para lo cual se necesita la asistencia de medios publicitarios y de promoción, tales como: afiches, vallas publicitarias, espacios en radio y otros necesarios para el conocimiento y posicionamiento de los clientes potenciales.
- ✓ El Parque Acuático municipal cuenta con precios accesibles al público en general, por lo que es conveniente mantenerlos y revisarlos periódicamente con respecto a la competencia y considerar promociones.
- ✓ Utilizar la disposición de la Alcaldía municipal del Puerto de La Libertad, para el desarrollo de alianzas con otras entidades, con el fin de aumentar el número de clientes, e incentivar a partir de precios y promociones especiales que favorezcan tanto al centro turístico, como a los clientes del Parque Acuático.
- ✓ Destacar rutas que faciliten la visualización de la accesibilidad al Parque Acuático, Utilizando medios como flechas indicativas, con el fin de atraer una mayor cantidad de visitantes que transitan por la carretera Litoral.

b. Defensivas (FA)

Las estrategias Defensivas buscan utilizar los aspectos positivos y favorables que tiene el Parque Acuático municipal, con el fin de lograr minimizar el impacto que puedan causar las amenazas a las cuales corre el riesgo de verse afectado, a continuación se detallan las estrategias defensivas sugeridas para el centro turístico:

- ✓ Destacar la seguridad del Parque Acuático, la cual se encuentra reforzada por agentes municipales proporcionados por la Alcaldía, con el fin de brindar tranquilidad a los clientes potenciales y disminuir el impacto de la delincuencia sobre el pensamiento de los turistas, y mostrar que el centro turístico es la mejor opción para disfrutar sin preocupaciones.
- ✓ Dar a conocer al público todos los aspectos positivos del parque, a partir de medios publicitarios, para posicionarse sobre la alta variedad de competidores con que cuenta el municipio de La Libertad, y obtener una mayor cuota de mercado respecto a los turistas que visitan el municipio.
- ✓ Utilizar un sistema de señalización dentro de las instalaciones del Parque Acuático, para que las personas reconozcan las zonas de evacuación, sobre las que tienen que transitar en caso de una situación de desastre natural por ejemplo: el oleaje alto del mar, y aumentar la seguridad sobre los visitantes del centro turístico.

c. Adaptativas (DO)

Las estrategias Adaptativas tienen la función de corregir los aspectos negativos internos y desfavorables del Parque Acuático municipal, con el objetivo de aprovechar las oportunidades favorables que se presenten, y adaptarlas a posibles situaciones; a continuación se detallan las estrategias adaptativas sugeridas para el parque acuático:

- ✓ Actualmente la Administración del Parque Acuático presenta dificultades para su gestión, debido a la falta de instrumentos administrativos, que coordinen de mejor forma las actividades que se desarrollan en el centro turístico, por lo que es necesario implementar herramientas que ayuden a la gestión, para tener un mayor control sobre los procesos, con la finalidad de disminuir los costos a partir del control y lograr mejorar las experiencias de los clientes, para que aumente la frecuencia de visitas.
- ✓ El Parque Acuático a pesar de tener un amplio complejo recreativo, carece de zonas verdes, lo cual es uno de las observaciones más comunes que expresaron los clientes, por lo que para atraer más turistas, se deberán mejorar las zonas verdes.

- ✓ Renovar constantemente las atracciones que brinda el Parque Acuático, debido a la alta oferta turística del sector, con el fin de aumentar la competitividad que tiene el centro turístico, y lograr ampliar la cantidad de visitantes en el Parque Acuático.

d. Supervivencia (DA)

Las estrategias Supervivencia tienen como función de corregir los aspectos cuando se vea en riesgo la sostenibilidad del Parque Acuático Municipal, con el fin de lograr superar las debilidades y amenazas para garantizar su operacionalidad en cuanto a su rentabilidad, a continuación se detallan las estrategias de supervivencia sugeridas:

- ✓ Aprovechar el apoyo que brinda la Alcaldía en cuanto a la financiación, para disponer de fondos necesarios para cubrir costos de necesidad inmediata, como es la adquisición de insumos y otras herramientas, para llevar el correcto desarrollo de las actividades realizadas en el Parque Acuático Municipal.
- ✓ Realizar mantenimientos preventivos al equipo, maquinaria e instalaciones del Parque Acuático, con el fin de evitar desperfectos en momentos inoportunos, y un correcto desempeño de las operaciones del Parque Acuático Municipal.

2. Mezcla Estratégica de Mercadotecnia

La mezcla estratégica de mercadotecnia es el conjunto de variables controlables que se combinan para lograr un determinado resultado en el mercado meta, como influir positivamente en la demanda, generar ingresos y utilidades. La estrategia de mercadotecnia está conformada por los conceptos de las 4 P's que consisten en Producto (servicio), Precio, Plaza (distribución) y Promoción. Estas variables serán utilizadas para lograr la autosostenibilidad del Parque Acuático municipal playa Conchalí. Por lo tanto las estrategias que se proponen que se implementen son las siguientes:

a. Servicio turístico

Objetivo:

Mantener siempre en alto la imagen del Parque Acuático, a través del ofrecimiento de un servicio de calidad al turista por medio de la mejora continua de los servicios que se ofrecen al público en general.

Las estrategias propuestas al servicio se detallan a continuación:

Estrategias a corto plazo.

- ✓ Mantener en óptimas condiciones de higiene las piscinas, zonas verdes, servicios sanitarios entre otros, para garantizar la comodidad de los turistas, sin dejar de lado brindar buena atención a las personas en el momento que lo requieran al interior del centro turístico.
- ✓ Ofrecer una alta variedad de alimentos y bebidas a precios económicos, para que el turista se sienta satisfecho con el servicio que ofrece el Parque Acuático, el cual permite cuidar de su economía familiar.
- ✓ Proporcionar un servicio de vigilancia continuo al interior del parqueo por parte del Cuerpo de Agentes Municipales (CAM), con el propósito de proteger las pertenencias de los turistas al interior de los vehículos.
- ✓ Aplicar descuentos especiales a grupos familiares, con el objetivo de que los turistas puedan disfrutar de un ambiente acogedor y económico con la familia y amigos.
- ✓ Ampliar el horario de toboganes los fines de semana o cuando la afluencia de visitantes lo amerite, con el propósito de ofrecer un servicio mejor que la competencia.

	HORARIOS	
	MATUTINO	VESPERTINO
FIN DE SEMANA	9:00am a 10:00am 11:00am a 12:00am	1:30pm a 2:30pm 3:30pm a 4:30pm

Estrategias a largo plazo.

- ✓ Plantar árboles en el parqueo y áreas que lo necesiten, con el propósito de crear un clima fresco, agradable y acogedor en un ambiente para disfrutar con la familia y amigos.
- ✓ Construir habitaciones para ofrecer servicios de estadía a los turistas que lo deseen. Tomando en consideración invertir al incorporar un nuevo servicio.
- ✓ Ofrecer servicios de transporte turístico a domicilio hasta el Parque Acuático.
- ✓ Promover rifas y descuentos especiales a clientes frecuentes.

b. Precio

Objetivo:

Establecer estrategias de precios para obtener un margen de utilidad razonable, que se ajuste a la situación económica de los clientes, y la posibilidad de contribuir al logro de la autosostenibilidad del Parque Acuático. Dentro de las estrategias a implementar se detallan las siguientes:

Estrategias a Corto Plazo

- ✓ Mantener los precios del Parque Acuático
- ✓ Establecer descuentos especiales a grupos de familia o amigos, de tal manera que se logre posicionar el Parque Acuático en la mente de los visitantes.
- ✓ Durante la temporada no vacacional se aplicaran descuentos especiales tales como: entradas al dos por uno, niños gratis, rifa de camisetas, almuerzos, entre otros.
- ✓ Incentivar a los porteños; por cada cinco visitas una entrada completamente gratis.
- ✓ Disminuir los precios \$1.00 los locales y \$2.00 turistas en temporadas bajas los días martes a jueves

Estrategias a Largo Plazo

- ✓ Realizar un estudio de mercado y realizar un ajuste de precios nivelándolos con los de la competencia.

c. Plaza

Objetivo

Establecer alternativas que permitan mejorar la infraestructura del Parque Acuático Municipal, y distribución de los servicios dentro de las instalaciones, de modo que permita maximizar la eficiencia de los recursos con los que cuenta el centro turístico.

Estrategias a Corto Plazo

- Utilizar cancha de fútbol playa para realizar fiestas, debido a su poco uso y a su excelente espacio para la realización de eventos de verano, que amenice el ambiente del parque acuático.

- Establecimiento de rutas de evacuación para la seguridad de los turistas, mostrando las salidas existentes, y tableros que guíen a los visitantes que hacer en caso de que se provoquen desastres naturales.
- Sembrar árboles adecuados al ambiente playero dentro del Parque Acuático Municipal, de modo que los vacacionistas se expongan menos al ambiente, y sientan más comodidad dentro del centro turístico

Estrategias a Largo Plazo

- Construir instalaciones para hospedaje de los vacacionistas, con el propósito de ofrecer mejores servicios a los clientes del Parque Acuático.
- Implementar servicios eléctricos para los turistas, establecidos de tal forma que pueda contribuir a la elaboración de eventos con equipos electrónicos, que no genere riesgo a los clientes, y pueda ayudar a desarrollar las actividades del Parque Acuático Municipal.

d. Promoción

Objetivo

- Establecer el parque acuático municipal Playa Conchalío como el destino favorito, para actividades turísticas, a partir de alianzas con otras entidades, que garanticen el conocimiento del centro turístico en otras zonas del país, y la asignación de recursos destinados a planes publicitarios

Estrategias a corto plazo

- Establecer precios especiales, para los días de martes a jueves, siempre y cuando no sean períodos vacacionales, generando un estímulo de ingreso en los días con menos demanda a los clientes potenciales, y mejorar la autosostenibilidad del parque.
- Elaborar excursiones con transporte, que incluyan la entrada al parque, con el fin de que más personas conozcan la existencia del centro turístico.

- Realizar festividades municipales en conjunto con la alcaldía municipal dentro del parque acuático, promocionando sus atractivos turísticos como parte de los eventos.
- Realizar torneos de soccer y football playa dentro del parque acuático, que sean transmitidos de manera televisiva, promoviendo la imagen del Parque Acuático a nivel nacional.

Estrategias a Largo Plazo

- Realizar convenios con operadores turísticos; son entidades que ofrecen productos y servicios turísticos bajo los conceptos de transporte, alojamiento, traslados, excursiones, entre otros, con la finalidad de promover el parque acuático, como parte de paquetes vacacionales, y una mayor atracción de los turistas extranjeros dentro de los cuales se encuentra: Grupo Tropic, Salvadorean Tours, entre otros.
- Realizar alianzas estratégicas con gremiales de pensionados ISSS e INPEP, en donde se realicen descuentos por la estadía del parque acuático, y se efectúen actividades especiales con el fin de amenizar la experiencia de los visitantes.
- Almacenar una base de datos de los turistas, que otorgue beneficios a los visitantes más frecuentes, con el fin de incentivar realizar más visitas, y reconocer la fidelidad de los clientes del Parque Acuático Municipal.
- Elaboración de instrumentos publicitarios, que sean distribuidos en las diferentes zonas del país, promocionando los servicios que ofrece el parque acuático, comentando su filosofía hacia el cliente, y mostrando su interés por ofrecer la mejor experiencia.
- Realizar cada temporada, un plan masivo de publicidad, a partir de medios como cuñas radiales, comerciales televisivos, anuncios de periódico, etc. Mostrando al público en general la oferta turística que ofrece el Parque Acuático, comparado con otros centros turísticos.

e. Medios y Mensajes Publicitarios

Es importante mencionar que todas las organizaciones necesitan dar a conocer cada una de los servicios y promociones que ofrecen al público en general, lo cual tiene que realizar a través de los diferentes medios publicitarios que existen para publicitarse.

✓ Brochure

Es importante realizar algunas estrategias publicitarias para aumentar la afluencia de los turistas, por consiguiente es necesario ubicar o colocar kioscos en las temporadas vacacionales o tiempo de fiestas patronales (Marzo, Abril, Agosto y diciembre), donde puedan distribuirse brochures con la información general de los servicios, tarifas y horarios del Parque Acuático (ver anexo No.8, 8.1). Por lo tanto se propone lo siguiente:

Presupuesto de impresión de brochure

Cantidad:	170
Tamaño:	21.59 cm de ancho x 27.94 cm de largo (hoja tamaño carta)
Inversión:	\$120 (0.701 x 170)

✓ Afiche

Para alcanzar los objetivos establecidos por el Parque Acuático, se deberá realizar como estrategia el diseño de un afiche que contenga el nombre, horarios, dirección, servicios y tarifas que ofrece, dado que se pretende aumentar el número de visitas para obtener ingresos mayores, para contribuir a la autosostenibilidad del centro turístico. Donde estos se colocarán en diferentes puntos estratégicos fuera o dentro de la ciudad, buses, tiendas, restaurantes, entre otros. (Ver anexo No.8, 8.2)

Presupuesto de Impresión de Afiches

Cantidad:	150
Tamaño:	12 x 18 cm
Inversión:	\$142.50

✓ **Vallas Publicitarias**

Para que el Parque Acuático pueda darse a conocer, puede hacer uso de las siguientes vallas publicitarias, las cuales fueron elaboradas con el propósito de aumentar la afluencia de visitantes al centro turístico, donde se colocan fotografías que muestran los diferentes servicios que ofrece, los horarios y dirección. Además como estrategia o táctica será colocada en los diferentes lugares estratégicos de la ciudad, con el propósito de alcanzar el objetivo establecido por el centro turístico. (Ver anexo No.8, 8.3 y 8.4)

Presupuesto	
Cantidad:	2
Tamaño:	5m (largo) x 2 m (ancho)
Inversión:	\$ 1,500.00

f. **Publicidad en Internet**

El Parque Acuático ya cuenta con una página creada en Facebook, para dar a conocer las actividades que se desarrollan periódicamente. Además se propone crear una fan page en la cual se pueda mostrar de una manera detallada las actividades, servicios, fotografías y promociones que el centro turístico ofrece al público en general, ya sea en temporadas vacacionales o no (ver anexo No. 8, 8.5)

g. **Cuña Radial**

Para dar a conocer el Parque Acuático es necesario diseñar una cuña radial, para que pueda ser utilizada como una táctica publicitaria en las diferentes radios nacionales, con una frecuencia de transmisión de ocho veces al día durante 20 días por mes. Por lo tanto esta será utilizada en períodos vacacionales.

Presupuesto

Medio de Comunicación:	Opción 1	Opción 2
	Frecuencia de Transmisión:	Radio VOX FM 5 cuñas diarias de 30'' de Lunes a Viernes (20 días)
Inversión:	\$1000.00 + IVA	\$750.00 + IVA

Propuesta cuña Radial

¡Si buscas un lugar para salir de la rutina y disfrutar a lo grande!

Ven al Parque Acuático Municipal Playa Conchalío, donde encontraras:

Parqueo amplio, Seguridad, piscinas, toboganes que te harán sentir la adrenalina, canchas de soccer y football playa, variedad de alimentos, promociones para grupos de instituciones públicas y privadas entre otros servicios, para que puedas disfrutar con tu familia y amigos, todo esto a precios accesibles a tu bolsillo.

Estamos ubicados en el Km 36 ½ carretera el litoral Playa Conchalío, atrás de la terminal de buses de la ruta 102 del Puerto La Libertad.

Para mayor información, contáctanos al: 7262- 2094

Parque Acuático Municipal Playa Conchalío

“Un lugar para Disfrutar al Máximo con la Familia y Amigos”

h. Publicidad no pagada

Crear una estrategia de visitar los diferentes medios que transmiten programas turísticos-culturales, tales como: Pueblos Vivos, Mi País, Canal 10 entre otros, para dar a conocer los diferentes atractivos del parque acuático. También podrían ir al Ministerio de Turismo (MITUR) y la corporación Salvadoreña de Turismo (CORSA TUR) para solicitar que el parque acuático sea incluido en los apartados de revistas y otros documentos donde hable acerca de los centros turísticos en El Salvador.

3. Estrategias Corporativas

a. Diseño de Logo

Objetivo

Elaborar una herramienta que ayude a identificar y resaltar los servicios al posicionamiento en el mercado turístico, de una manera que satisfaga las necesidades de las personas que visiten el Parque Acuático Municipal Playa Conchalío, haciendo alusión a la primera ciudad turística.

b. Logotipo

Lo que se pretende con la elaboración del logo es destacar el auge del turismo en las playas, con el objetivo de mostrar la existencia del parque acuático en un puerto, por consiguiente se coloca una persona que representa la diversión que ofrece el centro turístico a través de la natación, también la figura del mar, el cual representa el acceso que posee al mar, y así como la forma de la mitad del timón de un barco el cual representa el lugar de origen de un puerto, sin dejar de lado la razón principal del Parque Acuático, satisfacer las necesidades de todas las personas que visiten sus instalaciones.



c. Diseño de Eslogan propuesto

Lo que se pretende con la estrategia del eslogan es resaltar los principales atractivos turísticos del Parque Acuático, sin dejar de lado el objetivo principal, que es garantizar la diversión y satisfacción de cada una de las personas que visitan el centro turístico.

Todas las organizaciones o Instituciones tienen la necesidad de poseer una frase que los identifique de una manera especial con respecto a las demás, y así posicionarse en la mente de las personas que visitan los diferentes centros turísticos. Por lo consiguiente se propone el siguiente:



Descripción del Eslogan Propuesto:

Se busca hacer hincapié en la existencia de un lugar donde las familias y amigos pueden salir de la rutina y disfrutar de un momento de diversión, pasándolo a lo grande bajo un ambiente exclusivo y seguro. Además la figura del tobogán refleja uno de los atractivos que mayor preferencia tiene por parte de los visitantes; el color azul representa la limpieza e higiene de las piscinas e instalaciones, así como las palmeras, el reflejo del sol y los cocos reflejan el acceso al mar donde los visitantes podrán disfrutar del sol y darse un chapuzón en el mar para disfrutar al máximo su tiempo de calidad en familia y amigos.

C. Plan económico Financiero

El plan económico financiero es un documento en el cual se proyectan cifras monetarias, el cual permitirá que todas las decisiones que tomará la Actual Gestión del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío estén orientadas a mejorar la rentabilidad, con el objetivo de contribuir al logro de la autosostenibilidad.

El actual apartado se presenta a partir de un sistema presupuestario, destinado al Parque Acuático, el cual comprende:

- Presupuesto de Ingresos.
- Presupuesto de Costos.
- Presupuesto de Gastos administrativos.
- Presupuesto de Gastos de venta.
- Flujo de Efectivo.
- Estado de Resultados Proyectado.

Los respectivos antecedentes de datos de pronósticos sobre visitas y demanda de servicios, se presentan en el anexo No. 9 que comprende de la tabla 1 hasta la 19.

1. Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos es un documento, que proporciona información numérica respecto a las entradas de efectivo que realiza una entidad, por medio de sus rubros principales, secundarios o indirectos, estableciendo una relación monetaria.

El Parque Acuático recibe ingresos de sus rubros principales, los cuales son, la demanda de los clientes, la demanda de servicios que ofrece; su rubro secundario, es el alquiler de locales y mini restaurantes.

Además se establecen precios por secciones de visitantes, los cuales son \$3 a turistas fuera del municipio de La Libertad, Niños menores de 10 años por \$1, y finalmente porteños, los cuales pagan \$1.5 por su ingreso.

En la demanda de servicios, el Parque Acuático divide sus precios de la siguiente manera: la renta de un inflable cuesta \$1, de Hamacas \$1 y finalmente de kioscos \$5.

Con respecto a su actividad secundaria, cuenta con 8 mini restaurantes, y un local, los cuales tienen un precio de \$150 mensuales, para que comerciantes exteriores puedan ofrecer sus servicios dentro del Parque Acuático.

Una vez definidas las premisas, es posible relacionar los pronósticos de visitantes, demanda de servicio y alquiler de locales con los respectivos precios.

a. Ilustración del Cálculo para Presupuesto de Ingresos.

Para el cálculo del respectivo presupuesto de ingresos, se toma en cuenta todas las actividades económicas que comprende, a partir de los datos pronosticados en el Anexo (9.9.2 y 9.3) tabla 13, 14, 17 y 18.

TABLA 20 – APLICACIÓN DE PRECIOS A DEMANDAS ESPERADAS VISITANTES

CONCEPTO	PRECIO	ENERO 2016		FEBRERO 2016	
		VISITAS (x)	INGRESO (=)	VISITAS (x)	INGRESO (=)
Visitantes					
Turistas	\$3.00	479	\$1,437.00	528	\$1,584.00
Niños	\$1.00	606	\$606.00	667	\$667.00
Porteños	\$1.50	465	\$697.50	511	\$766.50
TOTAL			\$2,740.50		\$3,017.50

Se espera que en el mes de enero del año 2016, ingresen \$2,740.50 en concepto de entrada por visitantes, mientras que en el mes de febrero, ingresarán \$3,017.00, como se detalla en la tabla 20.

TABLA 21 – APLICACIÓN DE PRECIOS A DEMANDAS ESPERADA DE SERVICIOS

CONCEPTO	PRECIO	ENERO 2016		FEBRERO 2016	
		DEMANDA (x)	INGRESO (=)	DEMANDA (x)	INGRESO (=)
Hamacas	\$1.00	119	\$119.00	131	\$131.00
Inflables	\$1.00	172	\$172.00	190	\$190.00
Kioscos	\$5.00	50	\$250.00	55	\$275.00
TOTAL			\$541.00		\$596.00

Se pronostica que en el mes de enero del año 2016, ingresen \$541.00 en concepto de servicios demandados, mientras que en el mes de febrero, ingresarán \$596.00. Reflejado en la tabla 21

TABLA 22 – APLICACIÓN DE PRECIOS A ALQUILER DE LOCALES

CONCEPTO	PRECIO	ENERO 2016		FEBRERO 2016	
		DEMANDA (x)	INGRESO (=)	DEMANDA (x)	INGRESO (=)
Mini Restaurantes	\$150.00	8	\$1,200.00	8	\$1,200.00
Local	\$150.00	1	\$150.00	1	\$150.00
TOTAL			\$1,350.00		\$1,350.00

Por ser servicios fijos, se espera que para Enero a Diciembre del año 2016, el ingreso por locales y mini restaurantes sea un ingreso fijo, por lo que representa la misma entrada monetaria todos los meses. Con la información obtenida, se puede efectuar un presupuesto de ingresos consolidado de la siguiente manera.

TABLA 23 – CONSOLIDACIÓN DE INGRESOS

CONCEPTO	2016	
	ENERO	FEBRERO
	INGRESO (=)	INGRESO (=)
Visitantes	\$2,740.50	\$3,017.50
Servicios	\$541.00	\$596.00
Alquiler	\$1,350.00	\$1,350.00
TOTAL	\$4,631.50	\$4,963.50

El ingreso esperado para enero del año 2016 es de \$4,631.50, mientras que en el siguiente mes, correspondiente a febrero, será de \$4,963.50, donde se estructura por visitantes, demanda de servicios y alquiler de locales, detallado en la tabla 23.

Los datos utilizados para el cálculo del presupuesto de ingresos consolidados se encuentran en el Anexo (9.9.2 y 9.3) tabla 13, 14, 17 y 18.

b. Presupuesto de Ingreso Consolidado

TABLA 24 – PRESUPUESTO DE INGRESOS PARA AÑO 2016

PRESUPUESTO DE INGRESOS DEL AÑO 2016

PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO

(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

Concepto	2016												SUBTOTAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
VISITANTES													
TURISTAS	\$1,437.00	\$1,584.00	\$2,895.00	\$6,171.00	\$783.00	\$1,554.00	\$2,289.00	\$4,764.00	\$1,674.00	\$828.00	\$912.00	\$1,368.00	\$26,259.00
NIÑOS	\$606.00	\$667.00	\$579.00	\$3,257.00	\$318.00	\$354.00	\$376.00	\$779.00	\$334.00	\$349.00	\$384.00	\$577.00	\$8,580.00
PORTEÑOS	\$697.50	\$766.50	\$1,441.50	\$5,265.00	\$1,521.00	\$1,237.50	\$1,306.50	\$2,110.50	\$904.50	\$400.50	\$441.00	\$664.50	\$16,756.50
SUBTOTAL	\$2,740.50	\$3,017.50	\$4,915.50	\$14,693.00	\$2,622.00	\$3,145.50	\$3,971.50	\$7,653.50	\$2,912.50	\$1,577.50	\$1,737.00	\$2,609.50	\$51,595.50
HAMACAS	\$119.00	\$131.00	\$193.00	\$679.00	\$123.00	\$131.00	\$155.00	\$290.00	\$115.00	\$69.00	\$76.00	\$114.00	\$2,195.00
INFLABLES	\$172.00	\$190.00	\$278.00	\$980.00	\$177.00	\$189.00	\$223.00	\$419.00	\$166.00	\$99.00	\$109.00	\$164.00	\$3,166.00
KIOSCOS	\$250.00	\$275.00	\$405.00	\$1,425.00	\$255.00	\$275.00	\$325.00	\$610.00	\$240.00	\$145.00	\$160.00	\$240.00	\$4,605.00
SUBTOTAL	\$541.00	\$596.00	\$876.00	\$3,084.00	\$555.00	\$595.00	\$703.00	\$1,319.00	\$521.00	\$313.00	\$345.00	\$518.00	\$9,966.00
MINI RESTAURANTES	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$14,400.00
LOCAL	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$1,800.00
SUBTOTAL	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$16,200.00
TOTAL	\$4,631.50	\$4,963.50	\$7,141.50	\$19,127.00	\$4,527.00	\$5,090.50	\$6,024.50	\$10,322.50	\$4,783.50	\$3,240.50	\$3,432.00	\$4,477.50	\$77,761.50

Los ingresos se establecen, a partir de la multiplicación de los precios, con las estimaciones de demanda esperada, estableciendo como resultado que en el año 2016, ingresarán \$51,595.50 en concepto de visitas, seccionadas por turistas, niños y porteños, mientras que por la demanda de servicios, ingresarán \$9,966.00, y por el la renta de locales \$16,200.00, dando como resultado, que para el año 2016 ingresará un total de \$77,761.50 en concepto de ingresos, como se refleja en la tabla 24.

Se aplica de la misma forma, el cálculo de ingresos para el año 2017, proporcionando los siguientes resultados:

TABLA 25 - PRESUPUESTO DE INGRESOS DEL AÑO 2017

PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO

(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

Concepto	2017												SUBTOTAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
VISITANTES													
TURISTAS	\$1,647.00	\$1,812.00	\$3,315.00	\$7,068.00	\$894.00	\$1,779.00	\$2,622.00	\$5,457.00	\$1,917.00	\$948.00	\$1,044.00	\$1,566.00	\$30,069.00
NIÑOS	\$694.00	\$764.00	\$662.00	\$3,730.00	\$364.00	\$405.00	\$431.00	\$893.00	\$383.00	\$399.00	\$440.00	\$661.00	\$9,826.00
PORTEÑOS	\$798.00	\$879.00	\$1,650.00	\$6,028.50	\$1,741.50	\$1,417.50	\$1,497.00	\$2,416.50	\$1,035.00	\$459.00	\$505.50	\$760.50	\$19,188.00
SUBTOTAL	\$3,139.00	\$3,455.00	\$5,627.00	\$16,826.50	\$2,999.50	\$3,601.50	\$4,550.00	\$8,766.50	\$3,335.00	\$1,806.00	\$1,989.50	\$2,987.50	\$59,083.00
HAMACAS	\$137.00	\$150.00	\$221.00	\$777.00	\$140.00	\$149.00	\$177.00	\$333.00	\$132.00	\$79.00	\$87.00	\$130.00	\$2,512.00
INFLABLES	\$197.00	\$217.00	\$319.00	\$1,123.00	\$203.00	\$216.00	\$256.00	\$480.00	\$190.00	\$113.00	\$125.00	\$188.00	\$3,627.00
KIOSCOS	\$285.00	\$315.00	\$460.00	\$1,630.00	\$295.00	\$315.00	\$370.00	\$695.00	\$275.00	\$165.00	\$180.00	\$275.00	\$5,260.00
SUBTOTAL	\$619.00	\$682.00	\$1,000.00	\$3,530.00	\$638.00	\$680.00	\$803.00	\$1,508.00	\$597.00	\$357.00	\$392.00	\$593.00	\$11,399.00
MINI RESTAURANTES	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$14,400.00
LOCAL	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$1,800.00
SUBTOTAL	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$16,200.00
TOTAL	\$5,108.00	\$5,487.00	\$7,977.00	\$21,706.50	\$4,987.50	\$5,631.50	\$6,703.00	\$11,624.50	\$5,282.00	\$3,513.00	\$3,731.50	\$4,930.50	\$86,682.00

A partir de las proyecciones se establece como resultado que en el año 2017, ingresarán \$59,083.00 en concepto de visitas, seccionadas por turistas, niños y porteños, mientras que por la demanda de servicios, ingresarán, \$11,399.00, y por el alquiler de locales \$16,200.00, dando como resultado, que para el año 2016 un total de \$86,682.00.

2. Presupuesto de costos

El presupuesto de costos es aquel documento que proyecta egresos que están directamente relacionados con la fabricación de un bien, o que son necesarios para brindar cierto servicio, por lo tanto, estos están directamente ligados con materias primas, mano de obra u otros costos indirectos de Fabricación.

El Parque Acuático tendrá una distribución exacta para los años 2016 - 2017, para lo cual, se ha detallado en un solo cuadro de la siguiente manera:

TABLA 26- PRESUPUESTO DE COSTOS DEL AÑO 2016 - 2017
PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO
(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

CONCEPTO	2016 – 2017												TOTAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Sueldos y Salarios	\$2,013.68	\$2,013.68	\$2,013.68	\$2,013.68	\$2,013.68	\$2,013.68	\$2,013.68	\$2,013.68	\$2,013.68	\$2,013.68	\$2,013.68	\$2,013.68	\$24,164.16
Aporte Patronal	\$307.09	\$307.09	\$307.09	\$307.09	\$307.09	\$307.09	\$307.09	\$307.09	\$307.09	\$307.09	\$307.09	\$307.09	\$3,685.03
Aguinaldo												\$2,022.51	\$2,022.51
Total	\$2,320.77	\$4,343.27	\$29,871.70										

Los costos del Parque Acuático únicamente están ligados a pago de salarios, aporte patronal y aguinaldo fijos de 3 puestos de servicio al cliente, 3 salvavidas y 2 ordenanzas, por lo que el costo total de brindar el servicio, asciende al monto de \$29,871.70, para el año 2016, y el año 2017.

3. Presupuesto de gastos administrativos

El presupuesto de gastos de administración comprende aquellos egresos que no se relacionan con el servicio que brinda el Parque Acuático, pero que son precisos para que pueda realizar sus operaciones.

a. Detalle de Gastos Administrativos

TABLA 27 – GASTOS ADMINISTRATIVOS UNITARIOS

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Mano de Obra			
Sueldos y Salarios	8 empleados	\$ 1,806.84	\$ 1,806.84
Aporte Patronal		\$ 275.54	\$ 275.54
Gastos Fijos			
Desinfectante	4 Gls.	\$ 4.85	\$ 19.40
Hipoclorito de Calcio	106 Lbs.	\$ 1.65	\$ 174.90
Soda Caustica	55 Lbs.	\$ 1.25	\$ 68.75
Soda Hash	50 Lbs.	\$ 0.60	\$ 30.00
Solvente mineral	1 Gl	\$ 10.00	\$ 10.00
Sulfato de Cobre	29 Lbs	\$ 3.50	\$ 101.50
Alguicida (una vez al año)	1 Gl	\$ 12.05	\$ 12.05
Clarisol	4 Gls.	\$ 16.00	\$ 64.00
Acido	17 Gls.	\$ 5.25	\$ 89.25
Legía	2 fardos	\$ 28.00	\$ 56.00
Rinso	4 fardos	\$ 6.50	\$ 26.00
Bolsa Jardinera	10 paq.	\$ 1.25	\$ 12.50
Escobas	3	\$ 3.62	\$ 10.86
Trapeadores	3	\$ 4.92	\$ 14.76
Rastrillos	3	\$ 9.25	\$ 27.75
Corbos	2	\$ 7.10	\$ 14.20
Cumas	2	\$ 6.50	\$ 13.00
Mangueras	3 (22 mts)	\$ 13.10	\$ 39.30
Palas	4	\$ 12.75	\$ 51.00
Aspiradores	2	\$ 15.00	\$ 30.00
Azadones	2	\$ 13.45	\$ 26.90
Desgramadora	1	\$ 276.00	\$ 276.00
Otros gastos administrativos			
Energía Eléctrica	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Otros insumos	5	\$ 50.00	\$ 50.00

En la tabla 27 se muestran todos los gastos administrativos que ejecuta el Parque Acuático mensualmente, a excepción de los siguientes: los que están en color verde son los que deberán realizarse

cada seis meses, la compra del insumo en color morado se realizará una vez al año porque solo se utiliza cuando esta la estación lluviosa para preservar el agua de las piscinas de una mejor manera.

Los sueldos y salarios del área administrativa corresponden a los puestos del Gerente General con salario de \$500, un encargado de promoción y publicidad con \$300, un cajero con \$251.71, 2 encargados de mantenimiento de instalaciones de \$251.71, y un jardinero de \$251.71, conformando un total de \$1,806.84 de pago mensual a la respectiva planilla de empleados, y un aporte patronal que asciende a \$275.54.

b. Presupuesto de Gastos de Administración Consolidado

TABLA 28 - PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS DEL AÑO 2016 - 2017
PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO
 (Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

Gastos Administrativos	2016 - 2017												TOTAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Sueldos y Salarios	\$1,806.84	\$1,806.84	\$1,806.84	\$1,806.84	\$1,806.84	\$1,806.84	\$1,806.84	\$1,806.84	\$1,806.84	\$1,806.84	\$1,806.84	\$1,806.84	\$21,682.08
Aporte Patronal	\$275.54	\$275.54	\$275.54	\$275.54	\$275.54	\$275.54	\$275.54	\$275.54	\$275.54	\$275.54	\$275.54	\$275.54	\$3,306.52
Aguinaldo												\$1,588.42	\$1,588.42
Subtotal	\$2,082.38	\$3,670.80	\$26,577.02										
Desinfectante	\$19.40	\$19.40	\$19.40	\$19.40	\$19.40	\$19.40	\$19.40	\$19.40	\$19.40	\$19.40	\$19.40	\$19.40	\$232.80
Hipoclorito de Calcio	\$174.90	\$174.90	\$174.90	\$174.90	\$174.90	\$174.90	\$174.90	\$174.90	\$174.90	\$174.90	\$174.90	\$174.90	\$2,098.80
Soda Caustica	\$68.75	\$68.75	\$68.75	\$68.75	\$68.75	\$68.75	\$68.75	\$68.75	\$68.75	\$68.75	\$68.75	\$68.75	\$825.00
Soda Hash	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$360.00
Solvente mineral	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$120.00
Sulfato de Cobre	\$101.50	\$101.50	\$101.50	\$101.50	\$101.50	\$101.50	\$101.50	\$101.50	\$101.50	\$101.50	\$101.50	\$101.50	\$1,218.00
Alguicida	\$0.00	\$0.00	\$12.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$12.05
Clarisol	\$64.00	\$64.00	\$64.00	\$64.00	\$64.00	\$64.00	\$64.00	\$64.00	\$64.00	\$64.00	\$64.00	\$64.00	\$768.00
Acido	\$89.25	\$89.25	\$89.25	\$89.25	\$89.25	\$89.25	\$89.25	\$89.25	\$89.25	\$89.25	\$89.25	\$89.25	\$1,071.00
Legia	\$56.00	\$56.00	\$56.00	\$56.00	\$56.00	\$56.00	\$56.00	\$56.00	\$56.00	\$56.00	\$56.00	\$56.00	\$672.00
Rinso	\$26.00	\$26.00	\$26.00	\$26.00	\$26.00	\$26.00	\$26.00	\$26.00	\$26.00	\$26.00	\$26.00	\$26.00	\$312.00
Bolsa Jardinera	\$12.50	\$12.50	\$12.50	\$12.50	\$12.50	\$12.50	\$12.50	\$12.50	\$12.50	\$12.50	\$12.50	\$12.50	\$150.00
Subtotal	\$652.30	\$652.30	\$664.35	\$652.30	\$7,839.65								
Escobas			\$10.86						\$10.86				\$21.72
Trapeadores			\$14.76						\$14.76				\$29.52
Rastrillos			\$27.75						\$27.75				\$55.50
Corbos			\$14.20						\$14.20				\$28.40
Cumas			\$13.00						\$13.00				\$26.00
Mangueras			\$39.30						\$39.30				\$78.60
Pala			\$51.00						\$51.00				\$102.00
Aspiradores			\$400.00						\$400.00				\$800.00
Azadones			\$26.90						\$26.90				\$53.80
Desgramadora			\$276.00						\$276.00				\$552.00
Subtotal	\$0.00	\$0.00	\$873.77	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$873.77	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$1,747.54
Energía Eléctrica	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$3,000.00
Otros insumos	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$600.00
Subtotal	\$300.00	\$3,600.00											
TOTAL MENSUAL	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,920.50	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,908.45	\$3,034.68	\$3,034.68	\$4,623.10

En el año 2016 y 2017 se estima tener similares gastos, conformados por sueldos, salarios y prestaciones por \$26,577.02, insumos para el mantenimiento del Parque Acuático de \$7,869.65, adquisición de herramientas de mantenimiento por \$1,747.54 y servicios e insumos para la administración por \$3,600.00, dando como gastos administrativos totales de \$39,764.21, para el año 2016 - 2017.

4. Presupuesto de gastos de ventas

El presupuesto de ventas refleja aquellos egresos de efectivo que no se relacionan con la actividad productiva o de servicios de la entidad, pero que son requeridos para realizar ventas, como descuento sobre ventas, publicidad, entre otros.

a. Detalle de Gastos de Venta

El Parque Acuático requiere de instrumentos publicitarios para incrementar el número de visitantes que asistirán al centro turístico. A continuación se presentan los siguientes:

TABLA 29 – COSTOS UNITARIOS DE GASTOS DE VENTA

PRESUPUESTO POR PUBLICIDAD DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TAMAÑO	INVERSIÓN
Brochure	170	21.59 cm de ancho x 27.94 cm de largo (hoja tamaño carta)	\$ 120.00
Afiches	150	12 x 18 cm	\$ 142.50
Vallas Publicitarias	2	5m (largo) x 2 m (ancho)	\$ 1,500.00
CUÑA RADIAL			
Radio VOX	1	5 cuñas diarias de 30'' de Lunes a Viernes (20 días)	\$ 1,000.00
Radio Que Buena 88.9 fm	1	5 cuñas diarias de 30'' de Lunes a Viernes (20 días)	\$ 750.00
TOTAL DE LA INVERSIÓN			\$ 3,512.50

En la tabla 29 del presupuesto publicitario, se muestran los medios que más beneficiaran al Parque Acuático para obtener o generar mayores ingresos, a través de la publicidad que ejecutarán en los meses que son los más frecuentados por los turistas según el estudio de marketing.

Por lo tanto será preciso que se ejecuten a finales de los meses mencionados, para desarrollar la estrategia de marketing propuesta por el equipo de investigación, los cuales consisten en temporadas vacacionales o fiestas patronales, tales como: Marzo, Julio y Noviembre. Cuando se encuentre cerca de las fiestas patronales que se celebran en el municipio La Libertad, donde deberán distribuirse en puntos estratégicos del municipio, para alcanzar una mayor afluencia de visitantes. Por consiguiente la Gestión será libre de optar por el medio que más crean conveniente.

b. Presupuesto de Gastos de Venta Consolidado

TABLA 30 - PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTA DEL AÑO 2016 - 2017

PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO

(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

DESCRIPCIÓN	2016 - 2017												TOTAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Brochures publicitarios		\$120.00	\$120.00				\$120.00				\$120.00		\$480.00
Afiche Publicitario		\$142.50	\$142.50				\$142.50				\$142.50		\$570.00
Valla Publicitaria		\$1,500.00					\$0.00						\$1,500.00
Cuña radial		\$1,750.00					\$1,750.00						\$3,500.00
Total	\$0.00	\$3,512.50	\$262.50	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$2,012.50	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$262.50	\$0.00	\$6,050.00

A partir de las estrategias formuladas por el Plan de Marketing, se espera implementar herramientas publicitarias para los años 2016 y 2017, las cuales se aplicarán de manera similar en ambos años, dando como resultado un gasto de ventas de \$6,050.00 en los respectivos meses de los años presupuestados.

5. Flujo de Efectivo

El flujo de efectivo consiste en un estado financiero, que explica los movimientos de efectivo de una entidad, respecto a sus entradas y salidas. Por lo tanto para su elaboración, es imprescindible realizar los siguientes presupuestos: presupuestos de ingresos, costos y gastos, con el fin de conocer los rubros en que se movió el efectivo, además de saber si la entidad necesita financiarse, en momentos donde exista déficit.

Cada mes, no se cuenta con efectivo, debido a que los fondos se van a la alcaldía, ocasionando la no existencia de una caja chica dentro del flujo de efectivo.

TABLA 31 – ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO DEL AÑO 2015
PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO
(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

DETALLE	2015												TOTAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	
EFFECTIVO EN CAJA													
INGRESOS													
INGRESOS POR VISITAS	\$0.00	\$0.00	\$2,931.00	\$8,780.00	\$1,549.50	\$1,868.50	\$2,364.00	\$4,563.50	\$1,735.00	\$944.50	\$1,041.50	\$1,563.50	\$27,341.00
INGRESO POR PRESTACIÓN DE SERVICIOS	\$0.00	\$0.00	\$511.00	\$1,360.00	\$223.00	\$268.00	\$352.00	\$1,133.00	\$462.00	\$278.00	\$307.00	\$461.00	\$5,355.00
INGRESO POR RENTA DE LOCALES	\$0.00	\$0.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$13,500.00
TOTAL DE INGRESOS	\$0.00	\$0.00	\$4,792.00	\$11,490.00	\$3,122.50	\$3,486.50	\$4,066.00	\$7,046.50	\$3,547.00	\$2,572.50	\$2,698.50	\$3,374.50	\$46,196.00
EGRESOS													
COSTOS	\$0.00	\$0.00	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,869.70	\$23,756.60
GASTOS DE VENTA	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$0.00	\$0.00	\$3,574.75	\$2,688.93	\$2,688.93	\$2,688.93	\$2,688.93	\$2,688.93	\$3,908.45	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,492.85	\$30,490.09
TOTAL DE EGRESOS	\$0.00	\$0.00	\$5,895.52	\$5,009.70	\$5,009.70	\$5,009.70	\$5,009.70	\$5,009.70	\$6,229.22	\$5,355.45	\$5,355.45	\$6,362.55	\$54,246.68
FLUJO NETO DE CAJA	\$0.00	\$0.00	-\$1,103.52	\$6,480.30	-\$1,887.20	-\$1,523.20	-\$943.70	\$2,036.80	-\$2,682.22	-\$2,782.95	-\$2,656.95	-\$2,988.05	-\$8,050.68

En el año 2015, se observa que existe déficit de efectivo en ciertos meses del año, los cuales la Alcaldía Municipal de La Libertad absorbió, a partir de fondos municipales.

TABLA 32 - ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO DEL AÑO 2016
PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO
(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

DETALLE	2016												TOTAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
EFFECTIVO EN CAJA													
INGRESOS													
INGRESOS POR VISITAS	\$2,740.50	\$3,017.50	\$4,915.50	\$14,693.00	\$2,622.00	\$3,145.50	\$3,971.50	\$7,653.50	\$2,912.50	\$1,577.50	\$1,737.00	\$2,609.50	\$51,595.50
INGRESO POR PRESTACIÓN DE SERVICIOS	\$541.00	\$596.00	\$876.00	\$3,084.00	\$555.00	\$595.00	\$703.00	\$1,319.00	\$521.00	\$313.00	\$345.00	\$518.00	\$9,966.00
INGRESO POR RENTA DE LOCALES	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$16,200.00
TOTAL DE INGRESOS	\$4,631.50	\$4,963.50	\$7,141.50	\$19,127.00	\$4,527.00	\$5,090.50	\$6,024.50	\$10,322.50	\$4,783.50	\$3,240.50	\$3,432.00	\$4,477.50	\$77,761.50
EGRESOS													
COSTOS	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$4,343.27	\$29,871.70
GASTOS DE VENTA	\$0.00	\$3,512.50	\$262.50	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$2,012.50	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$262.50	\$0.00	\$6,050.00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,920.50	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,908.45	\$3,034.68	\$3,034.68	\$4,623.10	\$39,764.21
TOTAL DE EGRESOS	\$5,355.45	\$8,867.95	\$6,503.77	\$5,355.45	\$5,355.45	\$5,355.45	\$7,367.95	\$5,355.45	\$6,229.22	\$5,355.45	\$5,617.95	\$8,966.37	\$75,685.91
FLUJO NETO DE CAJA	-\$723.95	-\$3,904.45	\$637.73	\$13,771.55	-\$828.45	-\$264.95	-\$1,343.45	\$4,967.05	-\$1,445.72	-\$2,114.95	-\$2,185.95	-\$4,488.87	\$2,075.59

En el año 2016, se detalla que el Parque Acuático no cuenta con efectivo al inicio de cada período, debido a que la Alcaldía debe extraer los fondos del Parque cada mes, por lo que la gestión municipal liquida el déficit con fondos provenientes del fondo FODES, que otorga el gobierno a la Municipalidad.

TABLA 33 - ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO DEL AÑO 2017
 PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO
 (Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

DETALLE	2017												TOTAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
EFFECTIVO EN CAJA													\$ -
INGRESOS													
INGRESOS POR VISITAS	\$3,139.00	\$3,455.00	\$5,627.00	\$16,826.50	\$2,999.50	\$3,601.50	\$4,550.00	\$8,766.50	\$3,335.00	\$1,806.00	\$1,989.50	\$2,987.50	\$59,083.00
INGRESO POR PRESTACIÓN DE SERVICIOS	\$619.00	\$682.00	\$1,000.00	\$3,530.00	\$638.00	\$680.00	\$803.00	\$1,508.00	\$597.00	\$357.00	\$392.00	\$593.00	\$11,399.00
INGRESO POR RENTA DE LOCALES	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$16,200.00
TOTAL DE INGRESOS	\$5,108.00	\$5,487.00	\$7,977.00	\$21,706.50	\$4,987.50	\$5,631.50	\$6,703.00	\$11,624.50	\$5,282.00	\$3,513.00	\$3,731.50	\$4,930.50	\$86,682.00
EGRESOS													
COSTOS	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$2,320.77	\$4,343.27	\$29,871.70
GASTOS DE VENTA	\$0.00	\$3,512.50	\$262.50	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$2,012.50	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$262.50	\$0.00	\$6,050.00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,920.50	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,034.68	\$3,908.45	\$3,034.68	\$3,034.68	\$4,623.10	\$39,764.21
TOTAL DE EGRESOS	\$5,355.45	\$8,867.95	\$6,503.77	\$5,355.45	\$5,355.45	\$5,355.45	\$7,367.95	\$5,355.45	\$6,229.22	\$5,355.45	\$5,617.95	\$8,966.37	\$75,685.91
FLUJO NETO DE CAJA	-\$247.45	-\$3,380.95	\$1,473.23	\$16,381.05	-\$367.95	\$276.05	-\$664.95	\$6,269.05	-\$947.22	-\$1,842.45	-\$1,886.45	-\$4,035.87	\$10,996.09

Para el año 2017, no se refleja saldo inicial en caja, por la política de la alcaldía municipal, para lo que se utilizará el fondo FODES para liquidar los flujos negativos de los respectivos meses, mostrados en la tabla 33.

6. Estado de Resultados proyectado

El Estado de Resultados, es un estado financiero que muestra una comparación de los ingresos, contra los egresos que tiene una empresa, con el fin de mostrar su rentabilidad, estudiando todos los rubros que incidieron en el giro de la entidad.

Los datos mostrados en el estado de resultados fueron obtenidos a partir de los presupuestos de ingresos, costos y gastos administrativos y ventas.

TABLA 34 – ESTADOS DE RESULTADOS COMPARATIVOS DE LOS AÑOS 2015, 2016 y 2017

PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO
(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

ESTADO DE RESULTADOS	2015	2016	2017
Ingresos	\$46,196.00	\$77,761.50	\$86,682.00
Costo de Servicio	\$23,756.60	\$29,871.70	\$29,871.70
Margen de Contribución Neto	\$22,439.40	\$47,889.80	\$56,810.30
Gastos Operativos	\$30,490.09	\$45,814.21	\$45,814.21
Gastos de Ventas	\$0.00	\$6,050.00	\$6,050.00
Gastos de Administración	\$30,490.09	\$39,764.21	\$39,764.21
UTILIDAD BRUTA	-\$8,050.68	\$2,075.59	\$10,996.09

En el año 2015, el Parque Acuático sufrió pérdidas de **\$8,050.68**, correspondientes a los meses del año, por lo que en el 2016, debido a la aplicación de la propuesta elaborada, el Parque Acuático contará con utilidades de \$2,075.59, haciendo frente a los costos, y finalmente, en el año 2017, donde el impacto de las estrategias, se espera que las utilidades asciendan al monto de \$10,996.09,

NOTA:

Para ayudar a la comprensión de donde se originan todos los resultados de la parte económica financiera con respecto al Parque Acuático Municipal Playa Conchalío, se colocó un detalle de los antecedentes de cada uno de los datos en el Anexo No. 9

V. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

Es la parte donde se asignan los recursos de tiempo y dinero para llevar a cabo la propuesta. El Plan de Implementación se ocupa de planificar la transición entre el escenario de origen y escenario de destino en la entidad, atendiendo diversos criterios que se adapten a las necesidades y características de la entidad y maximicen así el éxito de la operatividad de la herramienta.

ACTIVIDAD	OBJETIVO	FECHA												RESPONSABLE	
		MARZO			ABRIL				MAYO						
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
Presentar el Plan de Negocios al Concejo Municipal del Puerto de La Libertad.	Proporcionar una herramienta administrativa, que contribuya a la obtención de mayores ingresos al Parque Acuático.														Autores del documento.
Entregar el Plan de Negocios al Gerente del Parque Acuático.	Dar un documento que sirva para la toma de decisiones														Autores del documento.
Evaluación y aprobación del Plan de Negocios del Parque Acuático.	Analizar el documento para su respectiva ejecución.														Concejo Municipal
Establecer la filosofía organizacional en la actual gestión del parque acuático.	Lograr que los empleados se identifiquen y persigan los objetivos del Parque Acuático.														Gerente del Parque Acuático
Implementar la estructura organizacional propuesta a los empleados del parque acuático.	Reconocer niveles jerárquicos, que ayuden a coordinar las actividades que realizan los empleados del parque acuático.														Gerente del Parque Acuático
Contratar cuñas radiales para publicitar al Parque Acuático.	Dar a conocer un nuevo lugar de esparcimiento y diversión familiar														Gerente del Parque Acuático
Implementar estrategias de mezcla de mercado.	Aumentar la afluencia de visitantes al Parque Acuático Municipal.														Gerente del Parque Acuático
Establecer convenios con gremiales de pensionados ISSS e INPEP	Contribuir en la generación de nuevos lugares turístico que visitar														Gerente del Parque Acuático

PRESUPUESTO GENERAL DE GASTOS POR PUBLICIDAD PARA EL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO

A continuación se presenta un presupuesto donde se encuentra el precio de la inversión por cada medio de publicidad que se considera de mayor importancia en el ámbito de las comunicaciones, con el fin de generar una mayor afluencia de visitantes, y así aumentar los ingresos al Parque Acuático. Se considera que será necesario que se ejecute o implemente tres veces al año. Por lo tanto se propone sea en los meses de temporadas vacacionales como: Abril, Agosto y Diciembre, donde se recomienda que se eche a andar una semana antes del mes vacacional para obtener mejores resultados con la estrategia publicitaria que se propone implementar en el centro turístico.

PRESUPUESTO POR PUBLICIDAD	
Descripción	Inversión
Brochure	\$ 120.00
Afiche	\$ 142.50
Vallas Publicitarias	\$ 1,500.00
CUÑA RADIAL	
Radio VOX	\$ 1,000.00
Radio Que Buena 88.9 fm	\$ 750.00
Total de la Inversión	\$ 3,512.50

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros

- ✓ Bateman, Thomas S. by Scott A. Snell. "Administración, una ventaja competitiva". 4ª Edición. Mc Graw Hill, México 2000. Pág. 6
- ✓ Benjamín, Enrique & Fincowsky Franklin, "Organización de empresas", 3ª Edición, Mc Graw Hill México, 2009.
- ✓ Bonilla Gildaberto, Estadística II, 3ª edición, UCA editores, 1995, El Salvador
- ✓ Borello, Antonio. "Plan de Negocios". Small Business & Publishing CO. 1994
- ✓ Ceja, Guillermo Gómez. "Planeación y Organización de Empresas". 8ª Edición. Mc Graw Hill, México
- ✓ Koontz Harold y Heinz Wehrich, "Administración una perspectiva Global", 11ª Edición. Mc Graw Hill, México 1998
- ✓ Koontz, Harold y Heinz Wehrich. "Elementos de la Administración"; enfoque internacional. 6ª Edición. Mc Graw Hill, México 2002. Pág. 4
- ✓ Kotler Philip, Armstrong, Gary, "Fundamentos de Marketing", 8ª edición, Prentice Hall, México, 2006
- ✓ Muñoz Razo Carlos, "¿Cómo Elaborar y asesorar una investigación de tesis?". Primera Edición. México, Prentice Hall
- ✓ Pere Nicolás, Elaboración y control de presupuestos, 1ª Edición, Editorial Gestión 2000 S.A., Marzo 1999
- ✓ Robbins, Stephen P. "Administración, teoría y Práctica". 4ª Edición.
- ✓ Serrano, Alexis. Administración I y II. Segunda Edición, 2011
- ✓ Stutely, Richard. "Plan de Negocios". Pearson Educación S.A. 2005

- ✓ Sullivan, Arthur, Steven M. Sheffrin (2003). Pearson Prentice Hall, ed. Economics: Principle in action. Upper Saddle, New Jersey 07458.p.502
- ✓ Varela, Rodrigo, PH.D Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la creación de empresas, 2da. Edición 2001, Pearson Educación de Colombia. Ltda.
- ✓ Zambrano Barrios, Adalberto. "Planificación Estratégica, presupuestos y control de la gestión pública". Editorial Texto C.A. 2006

Trabajos de Graduación

- ✓ Alfaro Romero, María Inés "Plan Estratégico de Mercadotecnia para Promover el flujo de Turismo de la Comunidad los Cobanos que contribuya al Crecimiento socio Económico de esa comunidad, ubicada en el municipio de Acajutla, Departamento de Sonsonate". Facultad de ciencias Económicas, Universidad de El Salvador año 2013
- ✓ Flores Salazar, Berta Cruz "Plan de Negocios para Incrementar la Demanda de las cuatro rutas turísticas en El Salvador, que ofrece la empresa geoturismo en el municipio de San Salvador", Facultad de ciencias Económicas, Universidad de El Salvador año 2008.
- ✓ Joachin Ramos, Melvin Alexander. "Diseño de herramientas mercadológicas para potenciar la demanda de servicios turísticos en el parque acuático "Paraíso de la Montañona" ubicado en el municipio de concepción Quezaltepeque, departamento de Chalatenango". Facultad de ciencias Económicas, Universidad de El Salvador, año 2012.

Documentos

- ✓ López Ortiz, Alfonso. "Apuntes de clase del Seminario de Trabajo de Graduación". Año 2015.

Internet

- ✓ [http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_\(desambiguaci%C3%B3n\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_(desambiguaci%C3%B3n))
- ✓ Wikipedia, enciclopedia libre, [http://es. wikipedia.org/wiki/Negocios](http://es.wikipedia.org/wiki/Negocios)

- ✓ <http://www.monografias.com/trabajos56/conceptos-organizacion/conceptos-organizacion.shtml>[http:// es.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org)
- ✓ <http://www.definicionabc.com/economia/rentabilidad.php>
- ✓ <http://abogados.lawinfo.com/recursos/ley-de-negocio/-qu-es-el-financiamiento-de-capital.html>
- ✓ <https://debitoor.es/glosario/definicion-fondos-proprios>
- ✓ <http://www.monografias.com/trabajos15/direccion/direccion.shtml>
- ✓ <http://admluisfernando.blogspot.com/2008/03/el-control.html>
- ✓ http://repository.upb.edu.co:8080/jspui/bitstream/123456789/1180/1/digital_20796.pdf
- ✓ <https://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20080930045852AA7oTE6>

ANEXOS

ANEXO No. 1

Instrumentos de recolección de información



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CLIENTES DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA
CONCHALÍO DEL PUERTO LA LIBERTAD**

Objetivo

El presente cuestionario tiene fines exclusivamente académicos por una parte y otra contribuir con la investigación sobre la gestión y servicios turísticos del parque acuático municipal playa Conchalío del puerto La Libertad.

De antemano le estamos anticipando nuestros agradecimientos por su valiosa colaboración.

Indicaciones

Se le solicita marcar con una X la(s) opción(es) que corresponda(n) a su respuesta y ampliar brevemente aquellas.

I. Datos Generales

A. Género

Femenino

Masculino

B. Edad

18 – 24 años

25 – 30 años

31 – 35 años

36 – 40 años

Mayor 41 años

C. Estado Familiar

Soltero/a

Acompañado/a

Casado/a

Viudo/a

D. Clasificación del encuestado

Turista Nacional

Turista Extranjero

Residente Local

Otro _____

II. Datos De Contenido

OBJETIVO: Conocer la frecuencia de visitas que suelen realizar los clientes actuales al parque acuático Municipal Playa Conchalío del puerto de La Libertad.

1. ¿Cuántas visitas ha realizado al parque acuático municipal Playa Conchalío desde su apertura?

1 vez

2– 5 veces

6 – 10 veces

+ 10 veces

2. ¿A través de qué medio publicitario supo de la existencia del parque acuático municipal playa Conchalío? (Seleccione las dos respuestas principales)

OBJETIVO: Conocer los medios publicitarios a través de que los clientes del parque acuático se dieron cuenta de la existencia del parque acuático en el municipio de La Libertad.

Periódico Internet Televisión Radio

Recomendación de familiares o amigos

Otro _____

3. ¿En su opinión, como considera la atención al cliente en el parque acuático municipal?

OBJETIVO: Identificar la percepción que el cliente tiene con respecto a la atención que brindan los empleados del parque acuático municipal.

Excelente Muy Buena Buena Regular Mala

4. Evalúe los siguientes servicios que ofrece el parque acuático municipal Playa Conchalío de acuerdo a los siguientes aspectos.

OBJETIVO: Identificar la percepción que los clientes del parque acuático tiene con respecto a los servicios que proporciona el centro turístico.

SERVICIOS	EVALUACIÓN				
	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
Piscinas					
Higiene o Limpieza del lugar					
Seguridad					
Restaurantes					
Cabañas					
Servicios sanitarios					
Cancha de Football					
Cancha de Football Playa					
Zonas Verdes					
Parqueo					
Vías de Acceso					

5. ¿Cómo considera los precios por el ingreso por cada visitante al parque acuático municipal Playa Conchalío? (Si su respuesta es Altos, pase a la pregunta 7)

OBJETIVO:

Altos Accesibles Bajos

6. ¿Qué precios estaría dispuesto a cancelar por el ingreso al parque acuático?

OBJETIVO: Conocer los precios que los clientes del parque acuático municipal consideran que ayudarían a generar una mayor percepción de ingresos al centro turístico para contribuir a su autosostenibilidad.

De \$1 a \$3 De \$3 a \$5 Más de \$5

7. ¿Qué estrategias considera usted que necesita utilizar el parque acuático para posicionarse sobre los demás centros turísticos?(Seleccione las dos principales)

OBJETIVO: Determinar que característica necesita utilizar el parque acuático para posicionarse en el mercado competitivo.

Publicidad Calidad en el servicio Atención al cliente
Instalaciones Otro: _____

8. ¿Qué aspecto considera usted que se debe mejorar en el parque acuático municipal playa Conchalío ubicado en el municipio de La Libertad? (Seleccione las dos principales)

OBJETIVO: Conocer que aspectos consideran los clientes actuales se deben mejorar en el parque acuático municipal playa El Conchalío del Municipio de La Libertad.

Servicios Seguridad Atención al cliente
Precios Otro: _____

9. ¿En su opinión, que nuevo servicio desearía que se implementara en el parque acuático municipal Playa Conchalío?

OBJETIVO: Identificar si los clientes desean que el parque acuático este en una constante innovación de sus servicios.

Salón para Eventos Alquiler de Habitaciones Fiestas
Otro: _____

10. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que el parque acuático ofreciera a sus clientes? (Seleccione la opción que considere más importante)

OBJETIVO: Conocer las necesidades promocionales de los clientes del parque acuático municipal.

Precios especiales para grupos familiares Vales de descuentos
Promociones para instituciones educativas y privadas
Otros: _____

**11. ¿Por qué medio de comunicación desearía recibir las promociones del parque acuático?
(Elija una)**

OBJETIVO: Establecer el medio de preferencia de los clientes para informarse de las promociones que el parque acuático ofrezca.

Radio Televisión Periódico Internet Otro: _____

12. ¿Qué mes del año considera que es favorable para visitar el parque acuático municipal?

OBJETIVO: Conocer en qué mes del año se concentran más las visitas al parque acuático municipal playa Conchalío del puerto de La Libertad.



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CLIENTES POTENCIALES DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL
PLAYA CONCHALÍO DEL PUERTO LA LIBERTAD**

Objetivo

El presente cuestionario tiene fines exclusivamente académicos por una parte y otra contribuir con la investigación sobre la gestión y servicios turísticos del parque acuático municipal playa Conchalío del puerto La Libertad.

De antemano le estamos anticipando nuestros agradecimientos por su valiosa colaboración.

Indicaciones

Se le solicita marcar con una X la(s) opciones que corresponda(n) a su respuesta y ampliar brevemente aquellas.

I. Datos Generales

A. Género

Femenino

Masculino

B. Edad

18 – 24 años

25 – 30 años

31 – 35 años

36 – 40 años

Mayor 41 años

C. Clasificación del encuestado

Turista Nacional

Turista Extranjero

Residente Local

Otro _____

II. Datos De Contenido

1. ¿Alguna vez ha visitado un parque acuático?

OBJETIVO: Identificar si los posibles clientes del parque acuático ya han visitado un establecimiento como este

Sí

No

2. ¿Con que frecuencia visita estos lugares?

OBJETIVO: Conocer la frecuencia de visitas que suelen realizar los turistas a los centros turísticos ubicados en el puerto de La Libertad

Una vez por semana

Una vez al mes

Vacaciones

Ocasiones

3. **¿Cuál es el medio de transporte que utiliza para movilizarse al centro turístico?**
(Seleccione una opción)

OBJETIVO: Conocer cuáles son los medios de transporte que los clientes potenciales del parque acuático eligen para movilizarse hacia el centro turístico en el municipio de La Libertad.

Autobús Público Carro Motocicleta
Tours Otro _____

4. **¿Cuáles de los siguientes aspectos estima usted más importantes para la elección de un centro turístico? (Selección las dos opciones que usted considere más importantes)**

OBJETIVO: Conocer cuáles son los aspectos que priorizan los clientes potenciales del parque acuático a la hora de elegir un centro turístico en el municipio de La Libertad.

Costos de ingreso Ubicación Seguridad de la Zona
Servicios que ofrece Otro _____

5. **¿Considera usted la atención al cliente como uno de los elementos fundamentales para la elección de visitar un centro turístico?**

OBJETIVO: Conocer si la atención al cliente es un elemento fundamental para los clientes potenciales del parque acuático Playa el Conchalí del Puerto La Libertad.

Sí No

Porque:

6. **¿Cuáles de las siguientes características busca encontrar cuando visita un centro turístico? (Seleccione dos de las opciones que considere más importantes)**

OBJETIVO: Identificar las características que buscan los clientes a la hora de visitar un centro turístico.

Calidad en los servicios Buena atención al cliente Parqueo Amplio Seguridad
Accesibilidad Alejarse de la rutina Compartir con la Familia

7. **¿Qué precios estaría dispuesto a cancelar por el ingreso a un parque acuático?**

OBJETIVO: Conocer los precios que los clientes potenciales del parque acuático municipal Playa Conchalí están dispuestos a pagar por entrar al centro turístico.

De \$1 a \$3 De \$3 a \$5 Más de \$5

8. **¿Qué tipo de servicios espera encontrar en un parque acuático? (Seleccione las 3 opciones más importantes)**

OBJETIVO: Identificar cuáles son las preferencias en los servicios que los clientes potenciales buscan al momento de visitar un parque acuático.

Piscinas Toboganes Canchas de football Restaurantes
Zonas verdes Otro _____

9. **¿Conoce el Parque Acuático Municipal Playa Conchalío en el Puerto La Libertad? (Si su respuesta es afirmativa continúe con el cuestionario, de lo contrario finalice aquí).**

Objetivo: Conocer cuántas personas conocen a existencia del parque acuático municipal playa Conchalío ubicado en el puerto de La Libertad.

Sí No

10. **¿A través de que medio publicitario se dio cuenta de la existencia del parque acuático municipal? (Seleccione solamente una opción)**

OBJETIVO: Saber a través de que medio publicitario los clientes potenciales supieron de la existencia de este centro turístico.

Periódico Internet Televisión Radio
Publicidad boca a boca Otro _____

11. **¿Qué estrategias considera usted que necesita utilizar el parque acuático para posicionarse sobre los demás centros turísticos? (Seleccione las dos opciones que considere más importantes)**

OBJETIVO: Identificar las características que el parque acuático municipal necesita utilizar para posicionarse sobre los demás centros turísticos.

Publicidad Calidad en el servicio Atención al cliente
Instalaciones Otro: _____

12. Evalúe los siguientes servicios que ofrece el parque acuático municipal Playa Conchalíó de acuerdo a los siguientes aspectos.

SERVICIOS	EVALUACIÓN				
	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
Piscinas					
Higiene o Limpieza del lugar					
Seguridad					
Restaurantes					
Cabañas					
Servicios sanitarios					
Cancha de Football					
Cancha de Football Playa					
Zonas Verdes					
Parqueo					
Vías de Acceso					



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS EMPLEADOS DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA
CONCHALÍO DEL PUERTO LA LIBERTAD

Objetivo

El presente cuestionario tiene fines exclusivamente académicos por una parte y otra contribuir con la investigación sobre la gestión y servicios turísticos del parque acuático municipal playa Conchalío del puerto La Libertad.

De antemano le estamos anticipando nuestros agradecimientos por su valiosa colaboración.

Indicaciones

Se le solicita marcar con una X la(s) opciones que corresponda(n) a su respuesta y ampliar brevemente aquellas.

I. Datos Generales

A. Género

Femenino

Masculino

B. Edad

18 – 24 años

25 – 30 años

31 – 35 años

36 – 40 años

Mayor 41 años

C. Estado Familiar

Soltero/a

Acompañado/a

Casado/a

Viudo/a

D. Grado Académico

Educación Básica

Bachillerato

Otro _____

II. Datos de Contenido

1. ¿Conoce usted la misión, visión, objetivo y valores del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad?

Sí

No

2. ¿Existe algún documento que contenga información con respecto a las actividades que cada empleado debe desarrollar en el parque acuático (manual de puestos)?

Sí

No

3. ¿Cuál es el puesto que desempeña en el parque acuático?

4. ¿Ha recibido alguna instrucción con respecto a las funciones que debe desarrollar para velar por el buen funcionamiento del parque acuático?

Sí No

5. ¿Existe algún instrumento que indique la jerarquía de las personas que laboran en el parque acuático?

Sí No

6. ¿Se le proporciona de herramientas e insumos necesarios para la realización de sus labores al interior del parque acuático?

Sí No

¿Porque?

7. ¿Describa de manera breve las actividades que desempeña en el parque acuático municipal Playa Conchalí?

8. ¿Cuáles de los siguientes días ha observado mayor afluencia turística en el parque acuático? (Selecciones los dos días más frecuentados por los visitantes)

Martes miércoles Jueves Viernes Sábado Domingo

9. ¿Cuál de los siguientes factores considera que mantienen bajas las visitas al parque acuático municipal Playa Conchalí?(Seleccione las dos principales)

Falta de mantenimiento al equipo e instalaciones Poca Publicidad

Precios Altos Inseguridad Falta de lugares recreativos

Otro _____

10. ¿De acuerdo a su experiencia, cuáles son las atracciones recreativas que los clientes prefieren utilizar, cuando ingresan al parque acuático?(Seleccione las 2 principales)

Piscinas Kioscos Hamacas Pista ciclista
Canchas Ventas de comida Otro _____

11. ¿Con que frecuencia se le proporciona mantenimiento a las piscinas del parque acuático?

Diariamente Cada dos días Semanalmente

12. ¿Cada cuánto tiempo se le da mantenimiento a los toboganes del parque acuático?

Mensual Trimestral Semestral Anual

13. ¿Qué tipo de mantenimiento reciben los kioscos existentes en el parque acuático municipal?



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



GUÍA DE ENTREVISTA

“PLAN DE NEGOCIOS PARA CONTRIBUIR AL LOGRO DE LA AUTOSOSTENIBILIDAD DEL
PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL DEL PUERTO LA LIBERTAD”

Administradora del Parque Acuático

Objetivo:

Determinar la situación actual del parque acuático municipal, con el propósito de realizar un diagnóstico exhaustivo que ayude a proporcionar los datos necesarios para realizar un el Plan de Negocios para el centro turístico.

PREGUNTAS:

I. Generalidades de la Empresa

1. ¿Cuánto tiempo tiene de operar el parque acuático municipal?
2. ¿Cuenta con una misión, visión y valores?
3. ¿Describa de manera breve los servicios que presta el parque acuático municipal Playa Conchalí?
4. ¿Dónde se encuentra ubicado el parque acuático municipal?
5. ¿Posee el parque acuático un plan negocios?

II. Análisis del Mercado

6. ¿Cuáles fueron los criterios que se utilizaron para establecer los precios del ingreso al parque acuático?
7. ¿Quiénes son sus principales competidores?
8. ¿Qué tipo de medios publicitarios utiliza el parque acuático para darse a conocer ante el público en general?
9. A su criterio, ¿Qué medio de comunicación sería el idóneo para dar a conocer el parque acuático?
10. ¿Qué factores considera que son un obstáculo para incrementar la participación en el mercado?
11. ¿Cuáles son los precios que cancelan los visitantes por utilizar los diferentes servicios que ofrece el parque acuático?
12. En su opinión. ¿Qué ha provocado la disminución de la afluencia de los turistas al parque acuático?

13. En su opinión, ¿Cuál es la época del año en la que las personas prefieren visitar los diferentes centros turísticos?
14. ¿Cuántos clientes por semana visitan el parque acuático municipal en temporada normal y vacacional?

III. Producción del Servicio

15. ¿En su opinión que aspectos deberían mejorarse en el parque acuático para mejorar los servicios ofrecidos al público en general?
16. ¿En su opinión, cuáles son las fortalezas y debilidades que pueden observarse en el parque acuático?

IV. Organización

17. ¿Cuáles son los niveles de autoridad en el parque acuático?
18. ¿Cuáles son las áreas funcionales o departamentos?
19. ¿Con cuántos empleados cuenta el parque acuático para la operativización de las instalaciones del centro turístico?
20. ¿Cuáles son los cargos y funciones que deben desarrollar las personas que laboran el parque acuático?
21. ¿En su opinión la cantidad de personas que laboran en el parque acuático, es la adecuada para el mantenimiento de las instalaciones?
22. ¿Existe algún documento que contenga información con respecto a las actividades que cada empleado debe desarrollar en el parque acuático?
23. ¿Se les proporciona de herramientas e insumos de seguridad a los empleados para la realización de sus tareas al interior del parque acuático?
24. ¿Existe alguna zona de riesgos en el parque acuático? Sí es así ¿Cuáles son dichas zonas de riesgos?

V. Recursos Humanos

25. ¿Quién es la persona encargada de contratar al personal que labora en el parque acuático?
26. ¿Con base a qué criterios o lineamientos se rige la persona que contrata al personal del parque acuático?
27. ¿Qué días trabajan los empleados y cuál es su horario de trabajo de los empleados?

VI. Finanzas

27. ¿De dónde fueron percibidos los fondos que se utilizaron para la construcción del parque acuático?
28. Si fue un préstamo. ¿De cuánto fue el monto y la institución con la cual se realizó el préstamo?

29. ¿De qué manera percibe los recursos económicos el parque acuático municipal playa Conchalío para su sostenimiento?
30. ¿Qué monto le asigna mensualmente la Alcaldía al parque acuático?
31. ¿Existe alguna herramienta para llevar el control de los ingresos y costos en los que incurre el parque acuático mensualmente?



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



GUÍA DE OBSERVACIÓN EN EL PARQUE ACUÁTIC MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO DEL PUERTO
LA LIBERTAD

Objetivo:

Identificar aspectos que ayuden a construir un mejor diagnóstico de la situación actual del parque acuático con el propósito de mejorar la calidad del servicio que se ofrece a los visitantes del lugar.

DATOS GENERALES

A. ASPECTOS AMBIENTALES

Zonas verdes:

Limpieza del lugar

Clima

B. INFRAESTRUCTURA

Acceso al lugar

Distribución de espacios

Fachada del parque

Diseño de las piscinas

Diseño de los toboganes

Kioscos o Cabañas

Sanitarios

Parque vehicular

C. ATENCIÓN AL CLIENTE

Comunicación

Amabilidad o Cortesía

Respeto

Atención

D. HIGIENE Y SEGURIDAD

Herramientas adecuadas para los empleados

Señalización de las zonas peligrosas

Limpieza

Mantenimiento del lugar

Seguridad o Vigilancia

ANEXO No. 2

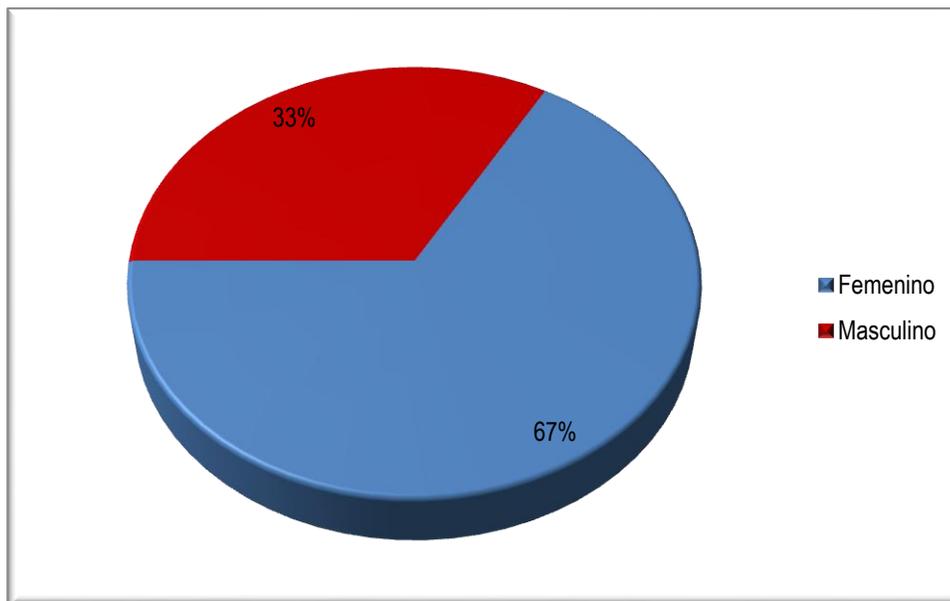
Tabulación del cuestionario dirigido a los Clientes Actuales

I. DATOS GENERALES

A. Género

	Fr	%
Femenino	12	67%
Masculino	6	33%
Total	18	100%

n = 18



Objetivo:

Identificar cual de ambos géneros es el que visita con mayor frecuencia algún centro turístico para disfrutar de su tiempo libre.

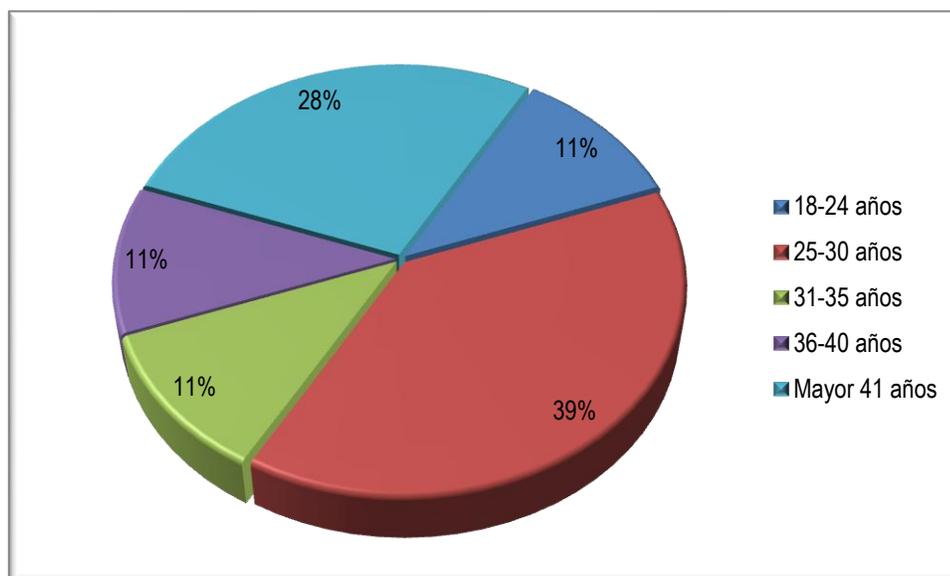
Interpretación

El 67% de los resultados refleja que el Parque Acuático deberá captar la atención de los turistas masculinos, debido a la baja frecuencia de ingreso de este segmento que en la actualidad asisten al centro turístico, será necesario la creación de estrategias publicitarias para lograr un aumento en el flujo de visitantes y alcanzar un equilibrio respecto a las visitas de ambos géneros.

B. Edad

	Fr	%
18-24 años	2	11%
25-30 años	7	39%
31-35 años	2	11%
36-40 años	2	11%
Mayor 41 años	5	28%
Total	18	100%

n = 18



Objetivo:

Conocer e identificar cual es el segmento de mercado que visita con mayor frecuencia el Parque Acuático, para elaborar estrategias que ayuden a potenciar su oferta turística.

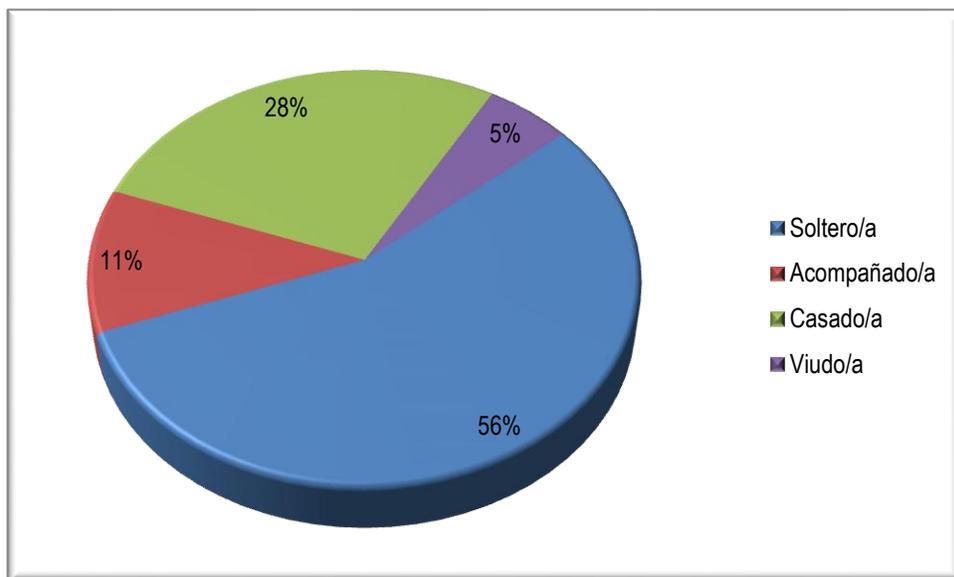
Interpretación

El 67% de los encuestados se ubican debajo de las 30 años de edad, por consiguiente se deben aplicar medidas que ayuden a mantener la atracción de los jóvenes, sin embargo las estrategias que implemente la gestión del Parque Acuático, deberán estar dirigidas a ampliar el segmento de visitantes que oscilen de los 31 años en adelante, por su baja frecuencia de visitas que es el 22% de los clientes actuales, y lograr incrementar el flujo de turistas, con el fin de mejorar los ingresos y hacer frente a los costos.

C. Estado Familiar

	Fr	%
Soltero/a	10	56%
Acompañado/a	2	11%
Casado/a	5	28%
Viudo/a	1	6%
Total	18	100%

n = 18



Objetivo:

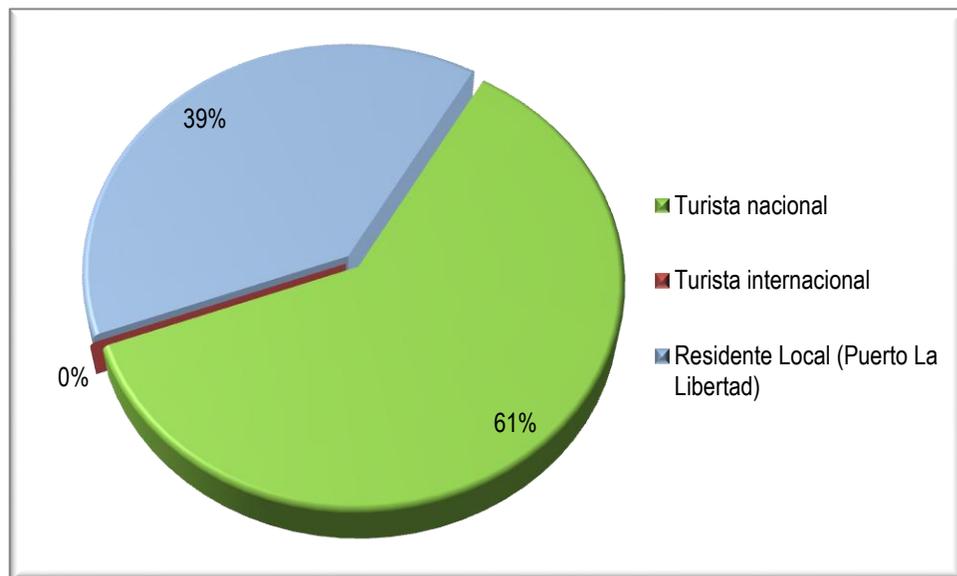
Identificar quienes son las personas que frecuentan los diferentes centros turísticos del Puerto La libertad.

Interpretación

El 56% de los encuestados representa el segmento de solteros, quienes poseen mayor representatividad de la muestra. Lo que permite reconocer que las personas acompañados/as (11%) o casados/as (28%), están oscilando en menor proporción; por lo tanto la información ayudará a determinar y crear publicidad dirigida a grupos familiares o amigos, de tal forma que puedan cubrir las necesidades de los clientes y aumentar el número de turistas.

D. Clasificación del encuestado

	Fr	%
Turista nacional	11	61%
Turista internacional	0	0%
Residente Local (Puerto La Libertad)	7	39%
Total	18	100%
n = 18		



Objetivo:

Conocer los diferentes segmentos de visitantes que frecuentan el parque acuático municipal playa Conchalío del puerto La Libertad.

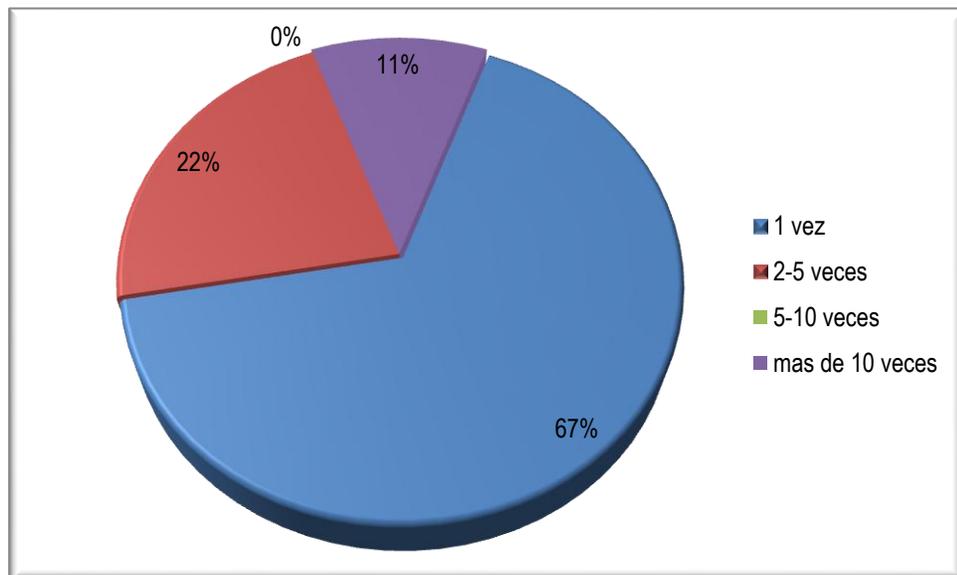
Interpretación

Se observa que el 61% de los encuestados pertenece a los turistas nacionales, lo cual significa que el Parque Acuático capta gran parte de sus ingresos, por lo que deberá fortalecer los segmentos de los turistas internacionales y residentes locales por medio de estrategias que ayuden a atraer una mayor cantidad de visitantes al centro turístico.

DATOS DE CONTENIDO

1. ¿Cuántas visitas ha realizado al parque acuático municipal Playa Conchalío desde su apertura?

	Fr	%
1 vez	12	67%
2-5 veces	4	22%
5-10 veces	0	0%
mas de 10 veces	2	11%
Total	18	100%
n = 18		



Objetivo

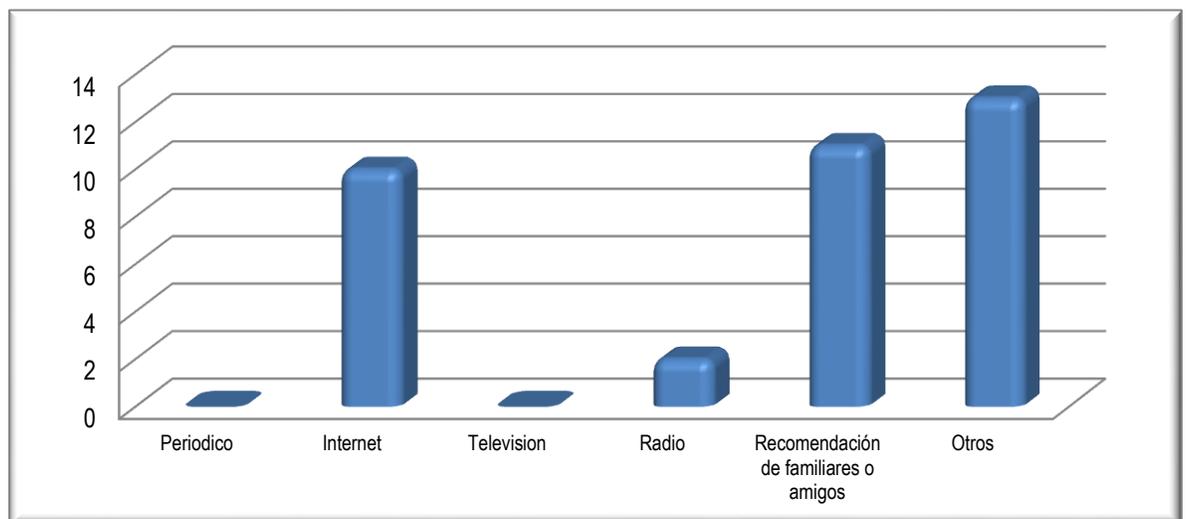
Conocer la frecuencia de visitas que suelen realizar los clientes actuales al Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del puerto de La Libertad.

Interpretación

El 67% de los turistas solo han visitado el Parque Acuático una vez, lo que permite derivar que los turistas no están lo suficientemente satisfechos para volver nuevamente al centro turístico, demostrando la necesidad de mejorar los servicios, atención al cliente y una buena organización por parte de los empleados del parque para la plena satisfacción de los visitantes.

2. ¿A través de qué medio publicitario supo de la existencia del parque acuático municipal playa Conchalío? (Seleccione las dos respuestas principales)

	Fr	%
Periodico	0	0%
Internet	10	56%
Television	0	0%
Radio	2	11%
Recomendación de familiares o amigos	11	61%
Otros	13	72%
n = 18		



Objetivo

Identificar cual es el medio publicitario de mayor impacto y más utilizado por el Parque Acuático en el municipio de La Libertad para darse a conocer ante la población.

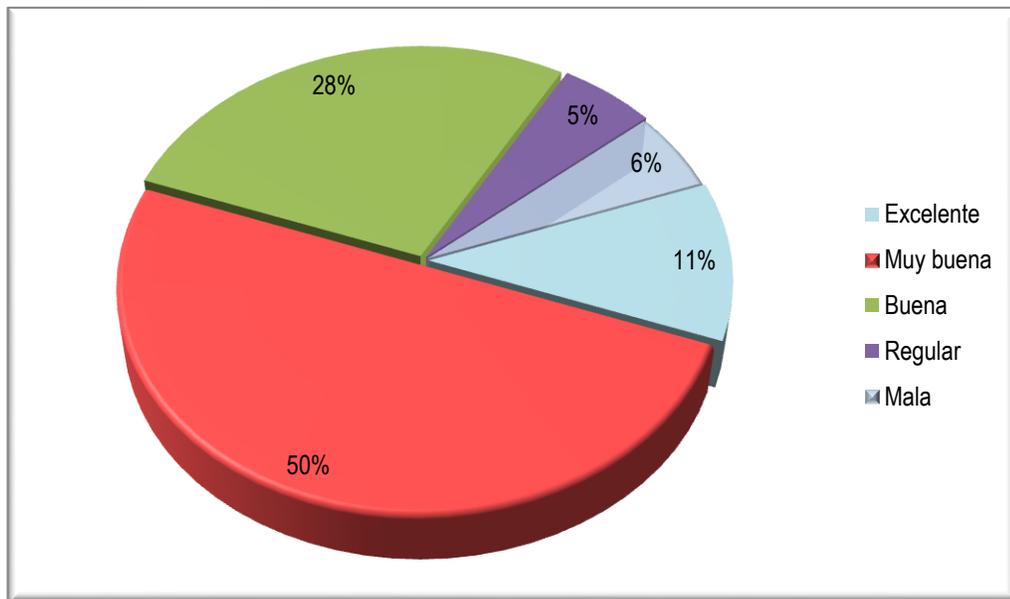
Interpretación

El 61% de los encuestados se enteró de la existencia del Parque Acuático, debido a la recomendación de familiares o amigos y otro 56% a través de internet, eso significa que hasta el momento no se ha hecho un mayor esfuerzo para promover el centro turístico por medio de los diferentes medios publicitarios, tales como: periódico, televisión, radio, entre otros

3. ¿De acuerdo a su experiencia, como considera la atención al cliente en el parque acuático municipal?

	Fr	%
Excelente	2	11%
Muy buena	9	50%
Buena	5	28%
Regular	1	6%
Mala	1	6%
Total	18	100%

n = 18



Objetivo

Identificar la percepción que el cliente tiene con respecto a la atención que brindan los empleados del parque acuático municipal.

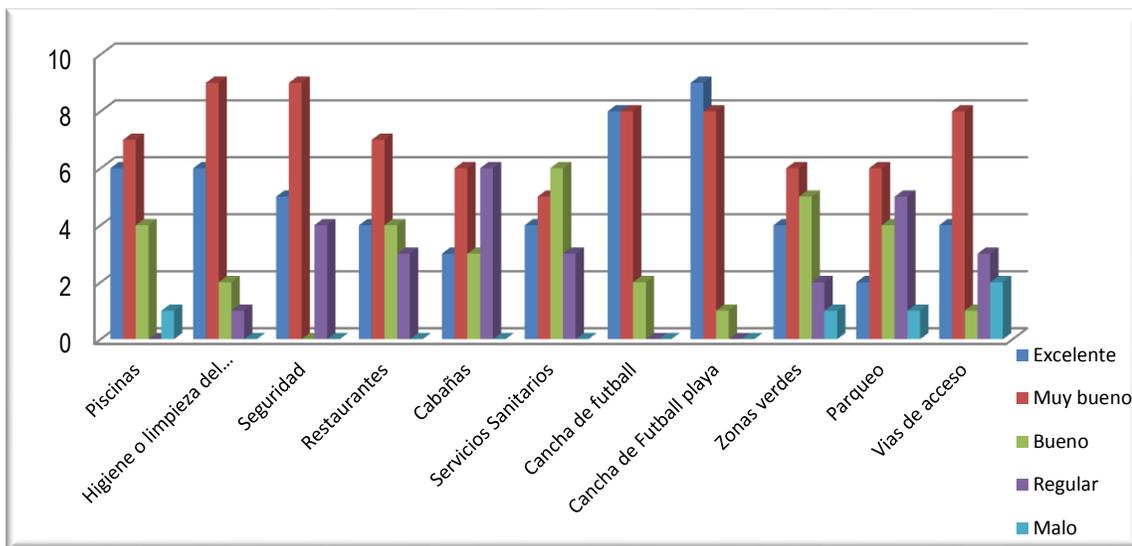
Interpretación

El 89% de los clientes considera satisfactoria experiencia con respecto a la atención al cliente, reflejado en los resultados excelentes, muy buenos y buenos; sin embargo, el 11% de los turistas expresó no sentirse satisfechos, integrado por resultados regulares y malos, por lo que se puede afirmar que proporciona un buen servicio al usuario, y debe formular estrategias que conserven esta fortaleza para su respectivo posicionamiento frente a otros centros turísticos.

4. Evalúe los siguientes servicios que ofrece el parque acuático municipal Playa Conchalío de acuerdo a los siguientes aspectos.

SERVICIOS	CALIFICACION										TOTAL
	Excelente (5)		Muy bueno (4)		Bueno (3)		Regular (2)		Malo (1)		
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
Piscinas	6	33%	7	39%	4	22%	0	0%	1	6%	100%
Higiene o limpieza del lugar	6	33%	9	50%	2	11%	1	6%	0	0%	100%
Seguridad	5	28%	9	50%	0	0%	4	22%	0	0%	100%
Restaurantes	4	22%	7	39%	4	22%	3	17%	0	0%	100%
Cabañas	3	17%	6	33%	3	17%	6	33%	0	0%	100%
Servicios Sanitarios	4	22%	5	28%	6	33%	3	17%	0	0%	100%
Cancha de football	8	44%	8	44%	2	11%	0	0%	0	0%	100%
Cancha de Football playa	9	50%	8	44%	1	6%	0	0%	0	0%	100%
Zonas verdes	4	22%	6	33%	5	28%	2	11%	1	6%	100%
Parqueo	2	11%	6	33%	4	22%	5	28%	1	6%	100%
Vías de acceso	4	22%	8	44%	1	6%	3	17%	2	11%	100%

n = 18



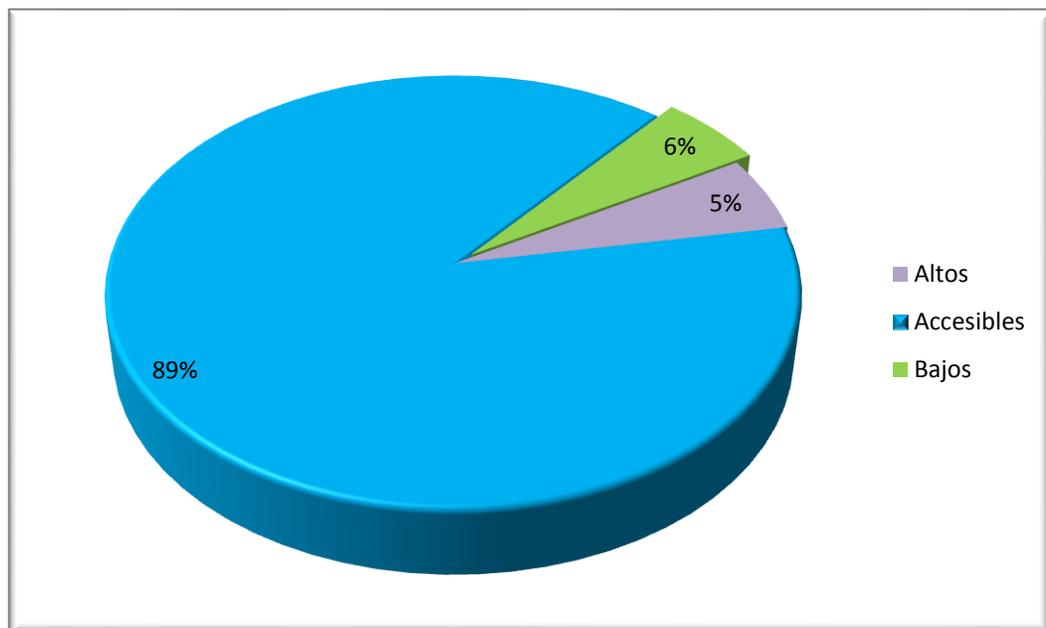
Objetivo: Identificar la percepción que los clientes del parque acuático tiene con respecto a los servicios que proporciona el centro turístico.

Interpretación

Se elaboró un cálculo colocando ponderaciones a las respuestas, respecto a las opiniones de los visitantes actuales del Parque Acuático, los cuales mencionaron que en primer lugar, es necesario mejorar el parqueo para los vehículos, en segundo lugar hacer modificaciones a los kioscos, debido al reducido tamaño que tienen, y finalmente mejorar las zonas verdes, debido a su falta de vegetación.

5. ¿Cómo considera los precios por el ingreso por cada visitante al parque acuático municipal Playa Conchalíó?

	Fr	%
Altos	1	6%
Accesibles	16	89%
Bajos	1	6%
Total	18	100%
n = 18		



Objetivo:

Analizar si los precios del parque acuático son competitivos con respecto a los precios establecidos por la competencia

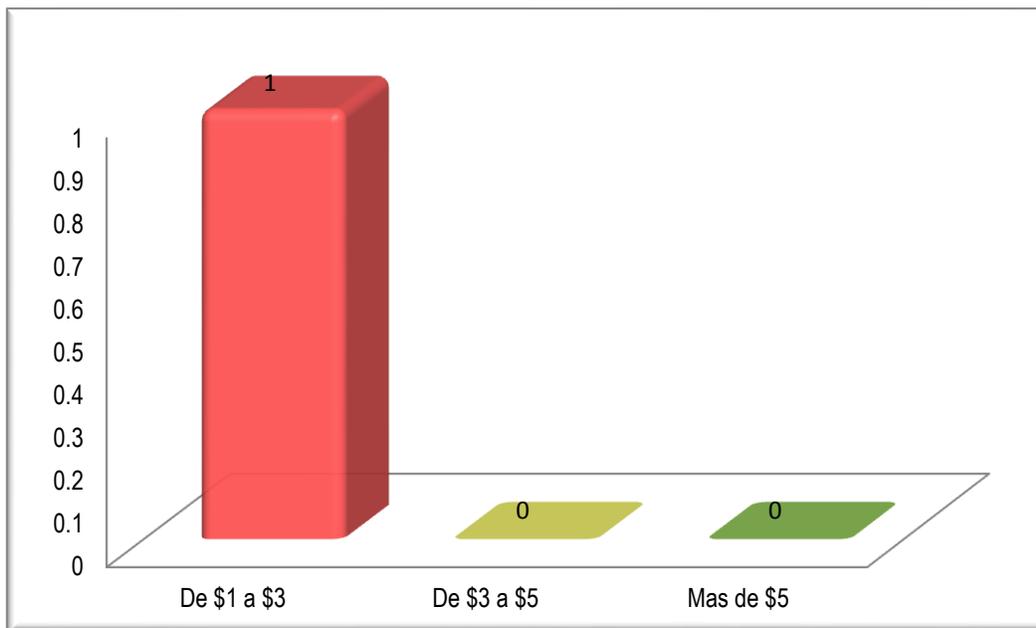
Interpretación

El 89% de los encuestados manifestaron los precios son accesibles, las tarifas por ingreso son: \$1.50 turista local, \$3.00 turista nacional, \$1.00 niños (mayores de 4 a 10 años) y adultos mayores gratis, demostrando ser competitivos con los demás centros turísticos, tomando en cuenta que los precios deben adecuarse en el tiempo, considerando los aumentos y disminuciones de costos cada año, para lograr la autosostenibilidad.

6. ¿Qué precios estaría dispuesto a cancelar por el ingreso al parque acuático?

	Fr	%
De \$1 a \$3	1	100%
De \$3 a \$5	0	0%
Mas de \$5	0	0%
Total	1	100%

n = 1



Objetivo:

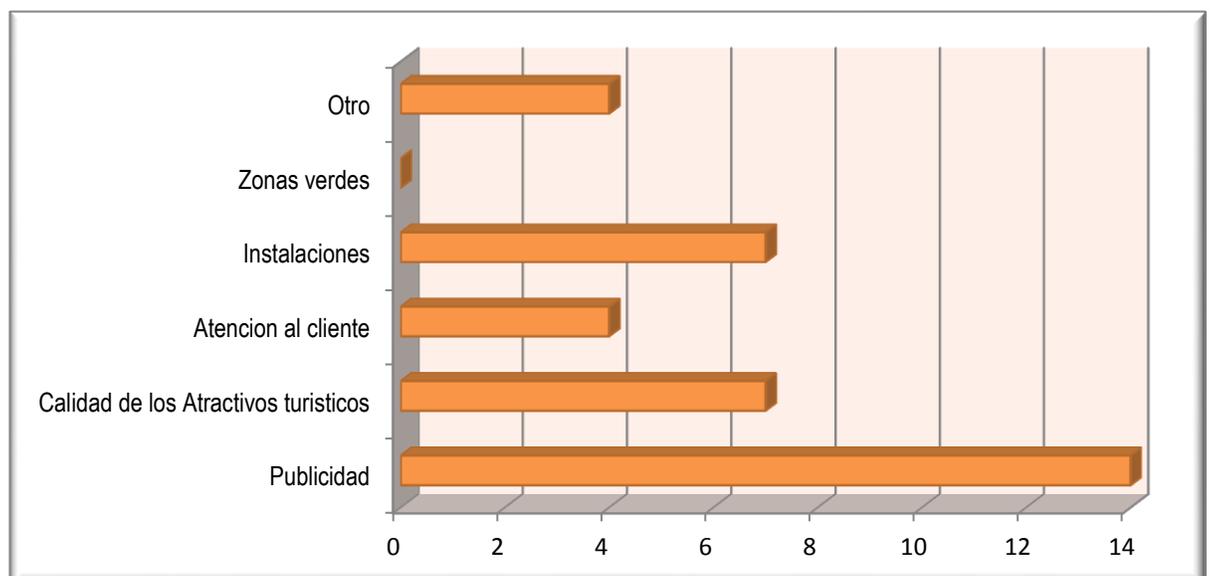
Conocer los precios que los clientes del parque acuático municipal consideran que ayudarían a generar una mayores ingresos al centro turístico para contribuir a su autosostenibilidad.

Interpretación

Del total de clientes encuestados, una persona indicó que los precios son altos, y por lo tanto se concluye que la respuesta no tendrá ningún peso o relevancia positiva o negativa en la investigación, para atraer más visitantes al Parque con respecto al ingreso de turistas nacionales e internacionales.

7. ¿Qué característica considera usted que necesita utilizar el parque acuático para posicionarse sobre los demás centros turísticos? (Seleccione las dos principales)

	Fr	%
Publicidad	14	78%
Calidad de los Atractivos turísticos	7	39%
Atencion al cliente	4	22%
Instalaciones	7	39%
Zonas verdes	0	0%
Otro	4	22%
n = 18		



Objetivo:

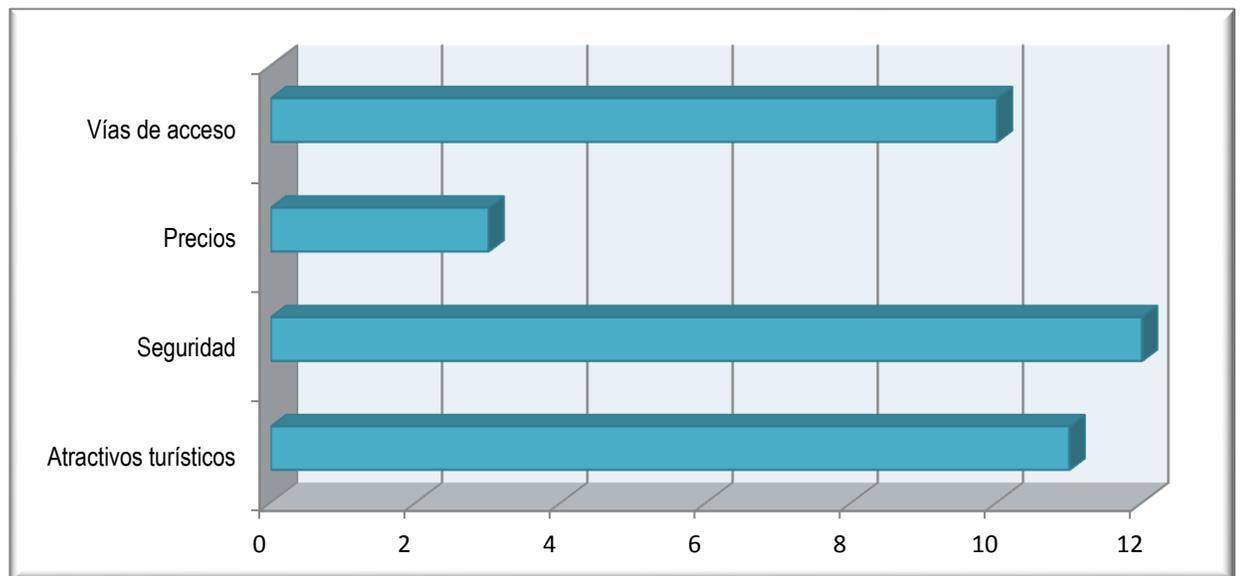
Determinar que característica necesita utilizar el parque acuático para posicionarse en el mercado competitivo.

Interpretación

Se observa bajo la perspectiva de los turistas, el 78% opina que la publicidad sería el medio idóneo para competir favorablemente en el mercado turístico con la calidad de los atractivos turísticos y las instalaciones en un 39% como factor para posicionarse sobre la competencia, con el fin de aplicarse a las principales estrategias de mercado.

8. ¿Qué estrategia considera usted que se debe mejorar en el parque acuático municipal playa Conchalío ubicado en el municipio de La Libertad? (Seleccione las dos principales)

	Fr	%
Atractivos turísticos	11	61%
Seguridad	12	67%
Precios	3	17%
Vías de acceso	10	56%
n = 18		



Objetivo:

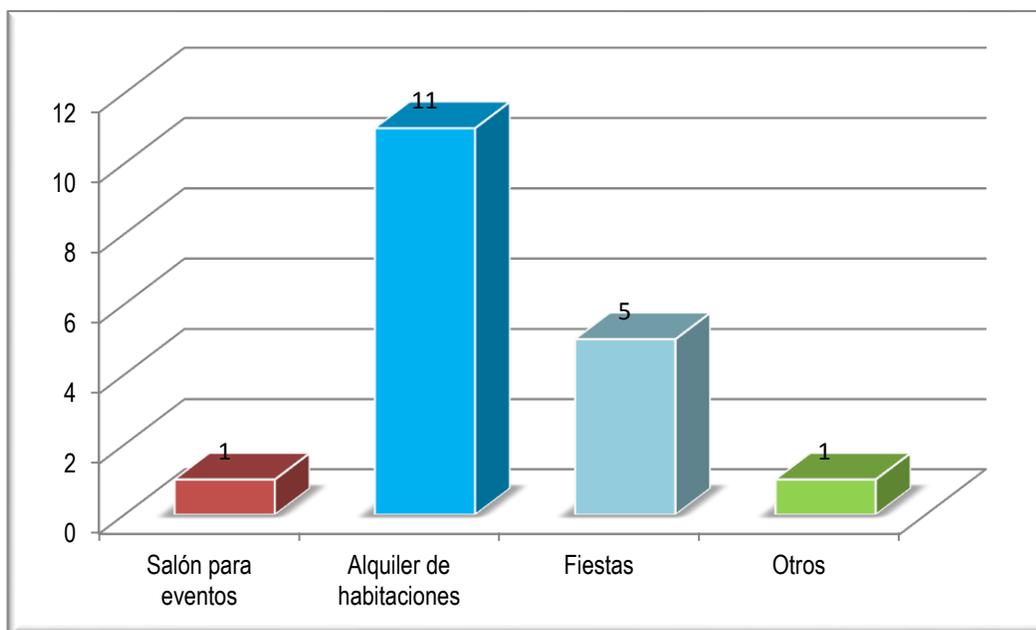
Conocer que aspectos consideran los clientes actuales se deben mejorar en el parque acuático municipal playa El Conchalío del Municipio de La Libertad.

Interpretación

El 67% de los encuestados opina que el Parque Acuático necesita mejorar la seguridad, vías de acceso (56%), debido a la comparación constante que los clientes hacen con respecto a los demás centros turísticos de igual rubro y grado de peligrosidad donde se encuentra el lugar, para ofrecer mayor satisfacción a las personas.

9. ¿De acuerdo a su experiencia, que nuevo servicio desearía que se implementara en el parque acuático municipal Playa Conchalío?

	Fr	%
Salón para eventos	1	6%
Alquiler de habitaciones	11	61%
Fiestas	5	28%
Otros	1	6%
Total	18	100%
n = 18		



Objetivo:

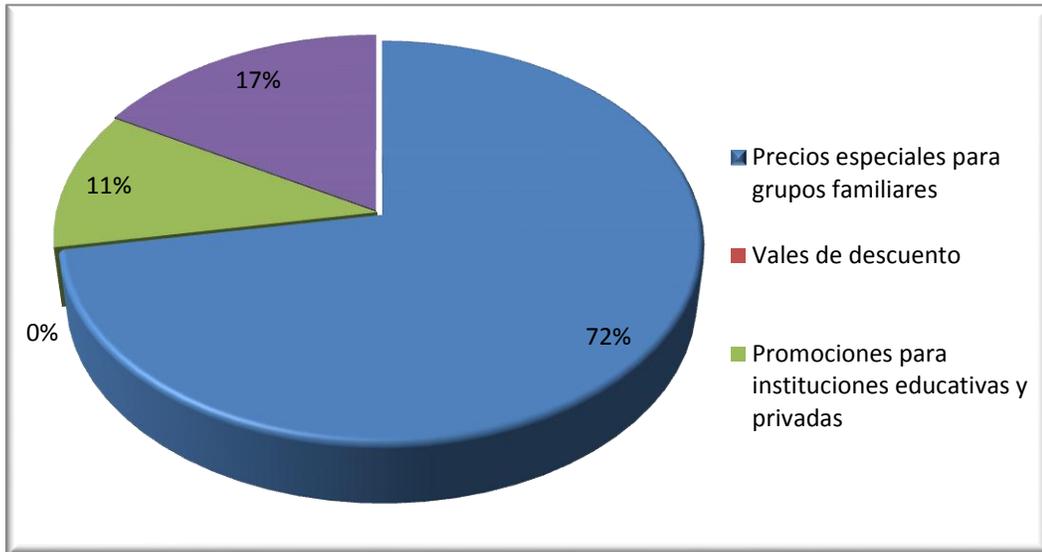
Identificar cual es el nuevo servicio que desearían los clientes que se implementará en el Parque Acuático Municipal Playa Conchalío.

Interpretación

Se observa que el 61% del total de la muestra opinó que se implementara el alquiler de habitaciones, y fiestas (28%), debido a que las personas siempre desean alejarse de la rutina y compartir con la familia u amigos. Donde se haga uso de las estrategias apropiadas de un plan financiero para invertir en la infraestructura del Parque Acuático.

10. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que el parque acuático ofreciera a sus clientes?

	Fr	%
Precios especiales para grupos familiares	13	72%
Vales de descuento	0	0%
Promociones para instituciones educativas y privadas	2	11%
Otros	3	17%
Total	18	100%



Objetivo:

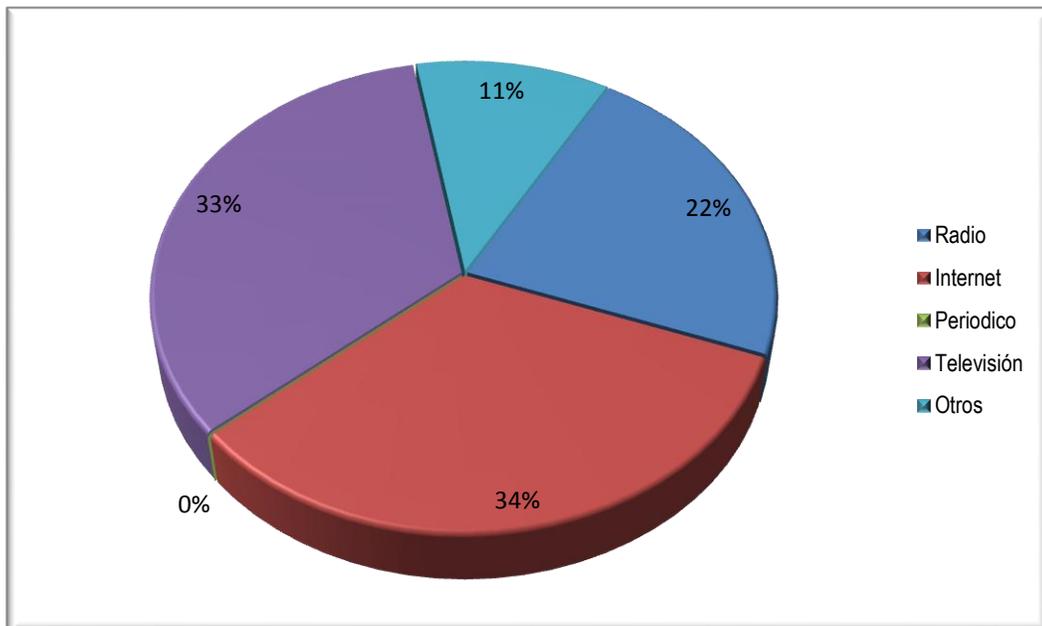
Conocer las necesidades promocionales de los clientes del parque acuático municipal.

Interpretación

El 72% de los encuestados manifestó que les gustaría que se implementará precios especiales para grupos familiares en el Parque Acuático, mientras un 11% de ellos que representa la minoría de la muestra consideró promociones para instituciones educativas y privadas, con el fin de fortalecer el ingreso de clientes en el parque acuático en temporadas con mayor afluencia turística .

11. ¿Por qué medio de comunicación desearía recibir las promociones del parque acuático?

	Fr	%
Radio	4	22%
Internet	6	33%
Periodico	0	0%
Televisión	6	33%
Otros	2	11%
Total	18	100%



Objetivo:

Establecer el medio de preferencia de los clientes para informarse de las promociones que el parque acuático ofrece.

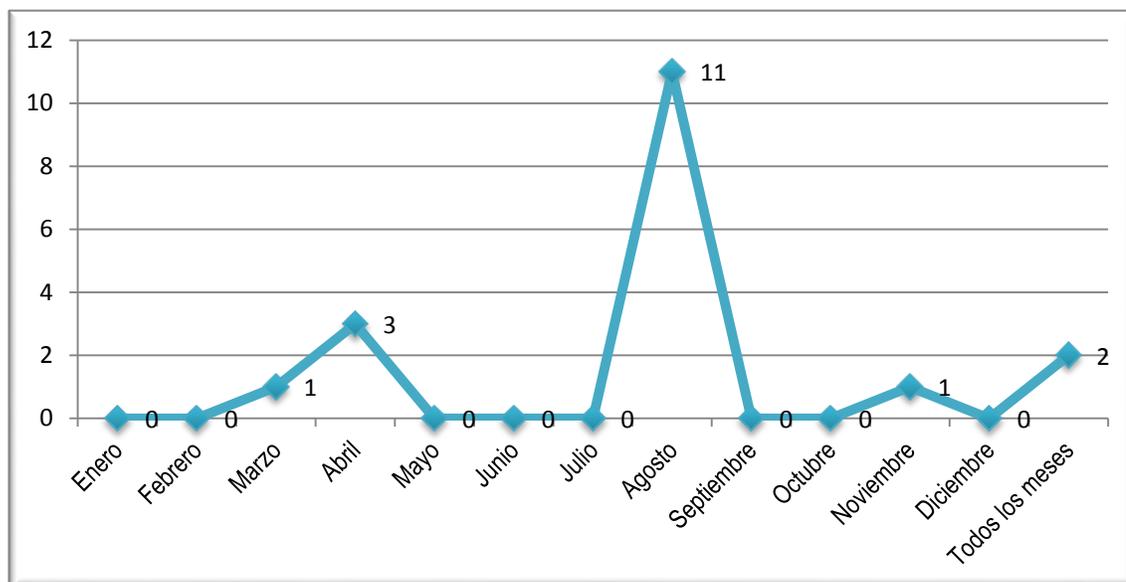
Interpretación

El 33% de los encuestados considera que los medios de comunicación más adecuados para difundir información acerca de las promociones del Parque Acuático son: Televisión e Internet, sin embargo deben tomarse en cuenta las demás formas de publicidad a través de periódicos, radio y hojas volantes. Además algunos clientes consideran que debe existir un contacto directo con las personas por medio del perifoneo y eventos especiales que se desarrollen en el puerto de La Libertad.

12. ¿Qué mes del año considera que es favorable para visitar el parque acuático municipal?

	Fr	%
Enero	0	0%
Febrero	0	0%
Marzo	1	6%
Abril	3	17%
Mayo	0	0%
Junio	0	0%
Julio	0	0%
Agosto	11	61%
Septiembre	0	0%
Octubre	0	0%
Noviembre	1	6%
Diciembre	0	0%
Todos los meses	2	11%
Total	18	100%

n = 18



Objetivo

Conocer en qué mes del año se concentran más las visitas al parque acuático municipal playa Conchalío del puerto de La Libertad.

Interpretación

Se observó que el 78% de los encuestados, consideran que los meses de abril y agosto son los más frecuentados por los turistas, debido a las temporadas vacacionales que la gran mayoría de instituciones públicas y privadas otorgan a sus trabajadores.

ANEXO No. 3

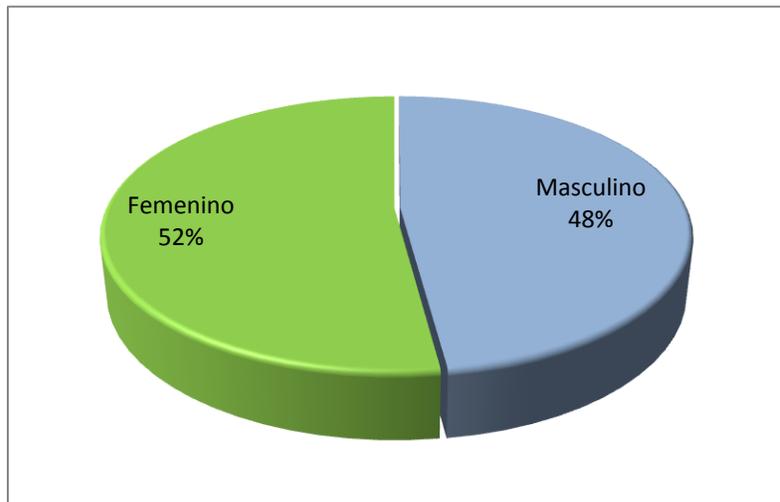
**Tabulación del cuestionario
dirigido a los Clientes
Potenciales**

I. DATOS GENERALES

A. Género

	Fr	%
Masculino	57	48%
Femenino	62	52%
Total	119	100%

n = 119



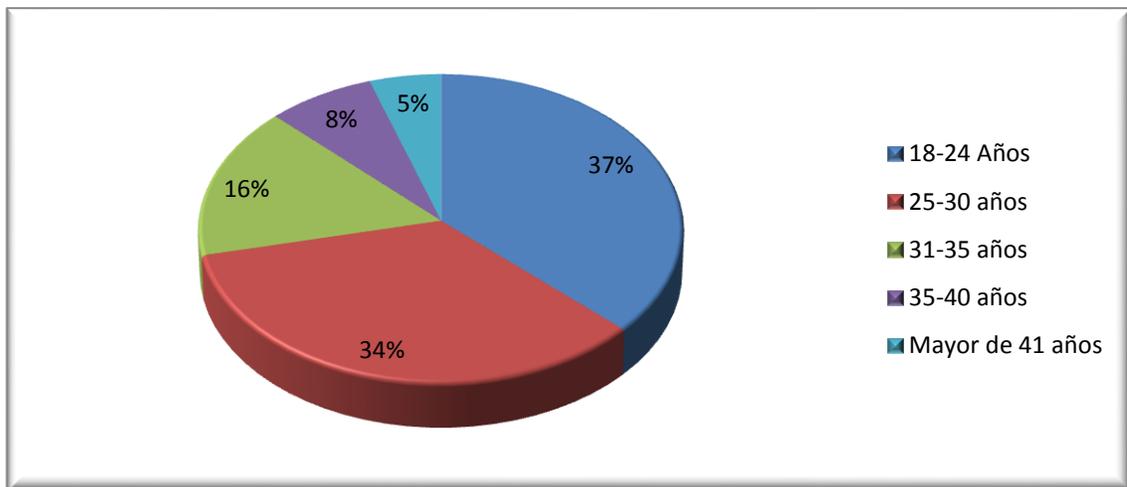
Interpretación

Se observa que en la muestra, hay una población aproximadamente igual entre el sexo masculino (48%) y femenino (52%), a causa de que, la mayoría de los turistas llegan en familia, o en parejas, por cual es conveniente que algunas estrategias publicitarias estén orientadas a atraer grupos familiares o de amigos.

B. Edad

	Fr	%
18-24 Años	44	37%
25-30 años	41	34%
31-35 años	19	16%
35-40 años	9	8%
Mayor de 41 años	6	5%
Total	119	100%

n = 119

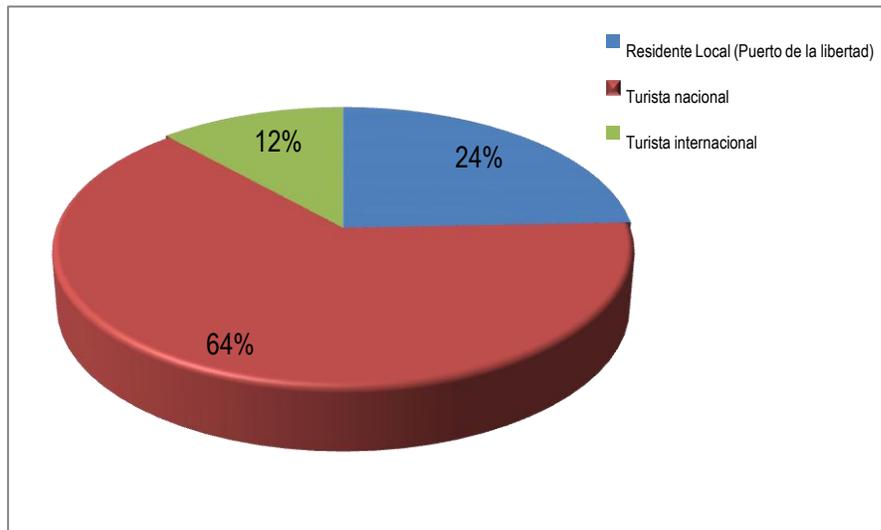


Interpretación

Con los resultados obtenidos, se constata que el 71% de los encuestados está por debajo de los 30 años, y son los que sienten más atraídos por parques acuáticos, las estrategias de marketing deben ir orientadas a ampliar el ingreso de visitantes, enfocado a la mejora y fortalecimiento de los servicios para ser más atractivos al segmento del público conformado por personas mayores a los 31 años.

C. Clasificación del encuestado

	Fr	%
Residente Local (Puerto de la libertad)	29	24%
Turista nacional	76	64%
Turista internacional	14	12%
Total	119	100%
n = 119		



Interpretación

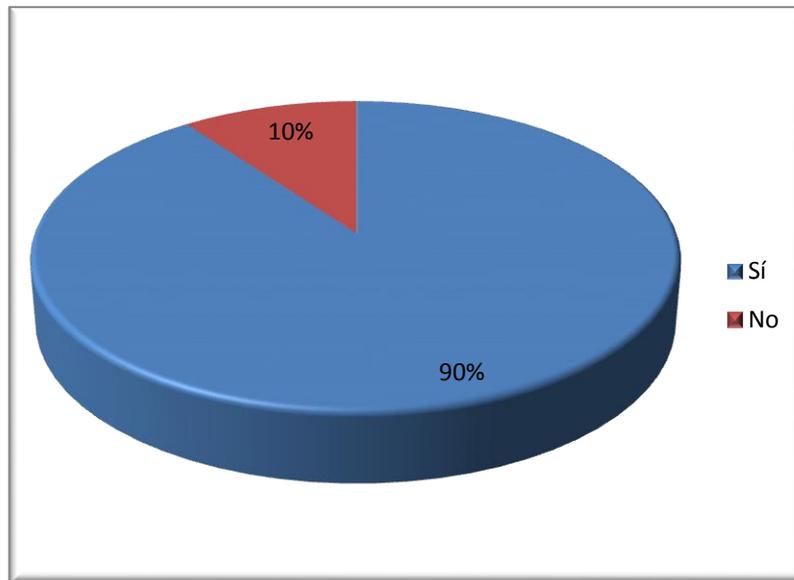
Se observa que el 64% de los encuestados son turistas nacionales. Por lo tanto, las áreas en que se concentre la promoción y la publicidad deberá estar enfocada a mantener e incrementar ese segmento, y además, se determina que existe una debilidad respecto a la visita de turistas internacionales, representando un 12% del total de personas, lo cual se considera un área de la población que prefiere visitar otros centros turísticos ubicados en diferentes zonas del país, y puede promocionarse para fortalecer sus visitas a los parques acuáticos establecidos en el municipio de La Libertad.

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

1. ¿Alguna vez ha visitado un parque acuático?

	Fr	%
SI	107	90%
NO	12	10%
Total	119	100%

n = 119



Objetivo:

Identificar si los posibles clientes del parque acuático ya han visitado un establecimiento como este

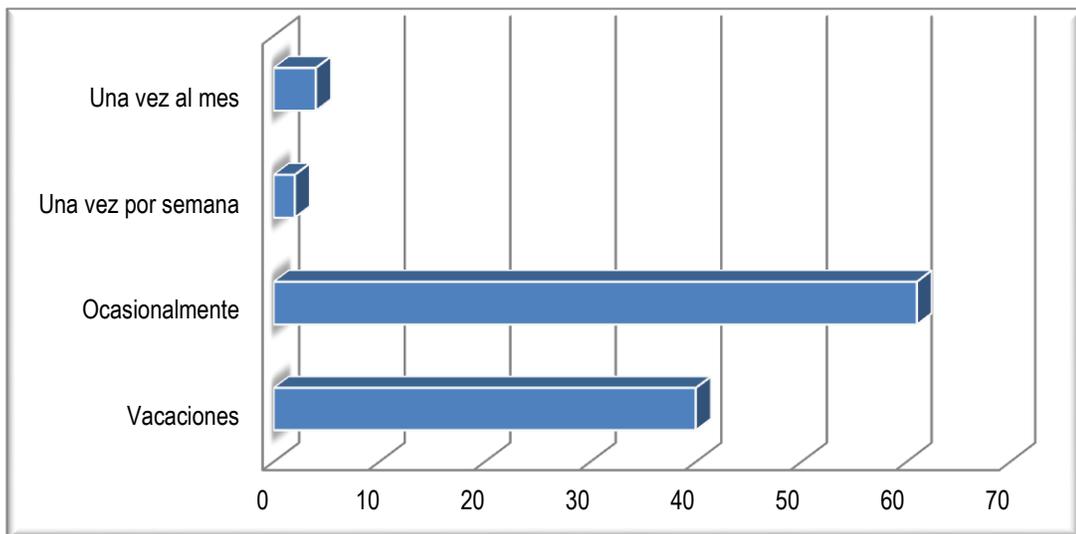
Interpretación

De los clientes potenciales, un 90% ha visitado un parque acuático, por lo que existen grandes posibilidades para atraer turistas, tanto o más que las otras opciones; realizando adecuadas estrategias de promoción y publicidad, para fortalecer el posicionamiento del parque acuático municipal playa Conchalío.

2. ¿Con que frecuencia visita estos lugares?

	Fr	%
Vacaciones	40	37%
Ocasionalmente	61	57%
Una vez por semana	2	2%
Una vez al mes	4	4%
Total	107	100%

n = 107



Objetivo:

Conocer la frecuencia de visitas que suelen realizar los turistas a los centros turísticos ubicados en el puerto de La Libertad

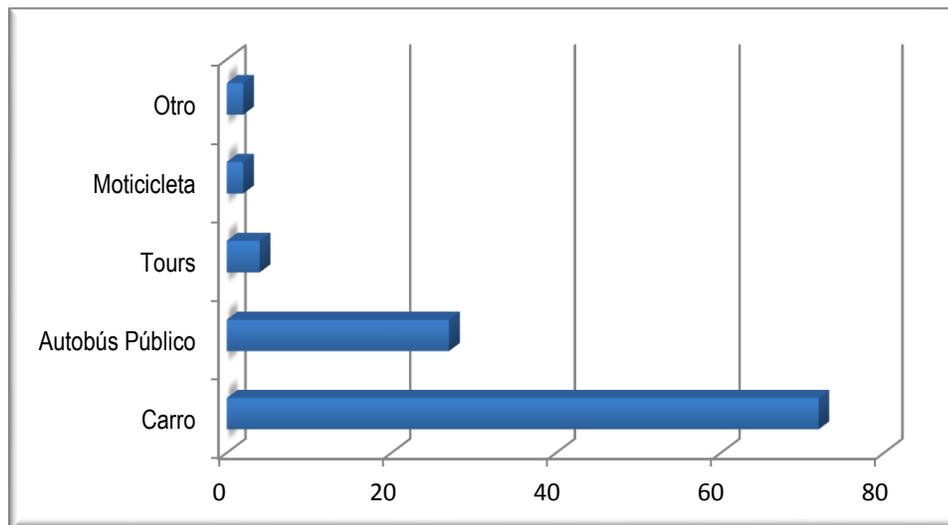
Interpretación

El 57% de los encuestados visitan este tipo de lugares recreativos únicamente en vacaciones ocasionalmente y un 37% lo hacen solo en vacaciones.

3. ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza para movilizarse al centro turístico?

	Fr	%
Carro	72	67%
Autobús Público	27	25%
Tours	4	4%
Motocicleta	2	2%
Otro	2	2%
Total	107	100%

n = 107



Objetivo

Conocer cuáles son los medios de transporte que los clientes potenciales del parque acuático eligen para movilizarse hacia los diferentes centros turísticos en el municipio de La Libertad.

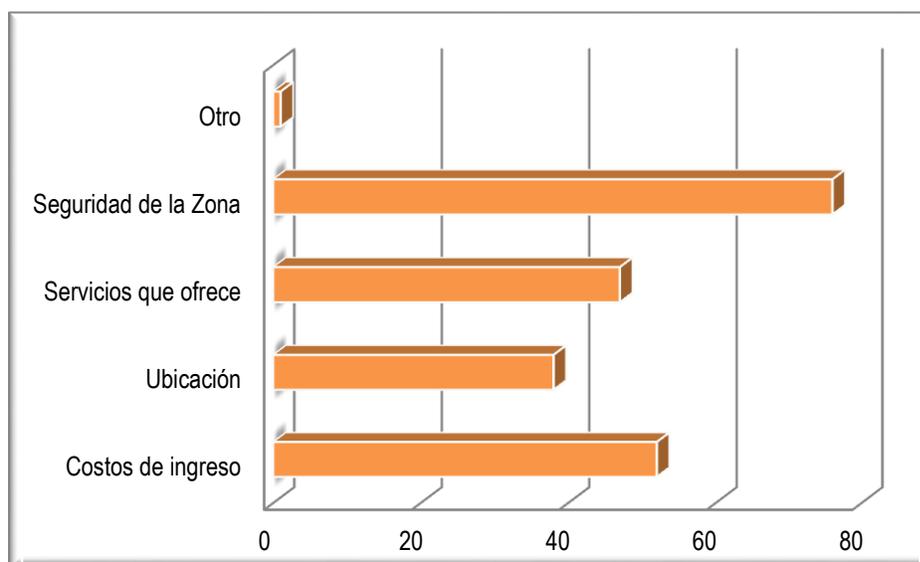
Interpretación

Con base a los resultados se puede determinar que el 67% de los turistas prefieren utilizar su carro, ya que al visitar el parque suelen llegar en grupos familiares o amigos, mientras que un 25% utilizan el autobús público para movilizarse al centro turístico, por lo que al Parque Acuático le sería favorable colocar vallas publicitarias en lugares estratégicos donde sean visibles para atraer a la mayor cantidad de clientes potenciales al lugar.

4. ¿Cuáles de los siguientes aspectos estima usted más importantes para la elección de un centro turístico? (Selección las dos opciones que usted considere más importantes)

	Fr	%
Costos de ingreso	52	49%
Ubicación	38	36%
Servicios que ofrece	47	44%
Seguridad de la Zona	76	71%
Otro	1	1%

n = 107



Objetivo:

Conocer cuáles son los aspectos que priorizan los clientes potenciales del parque acuático a la hora de elegir un centro turístico en el municipio de La Libertad.

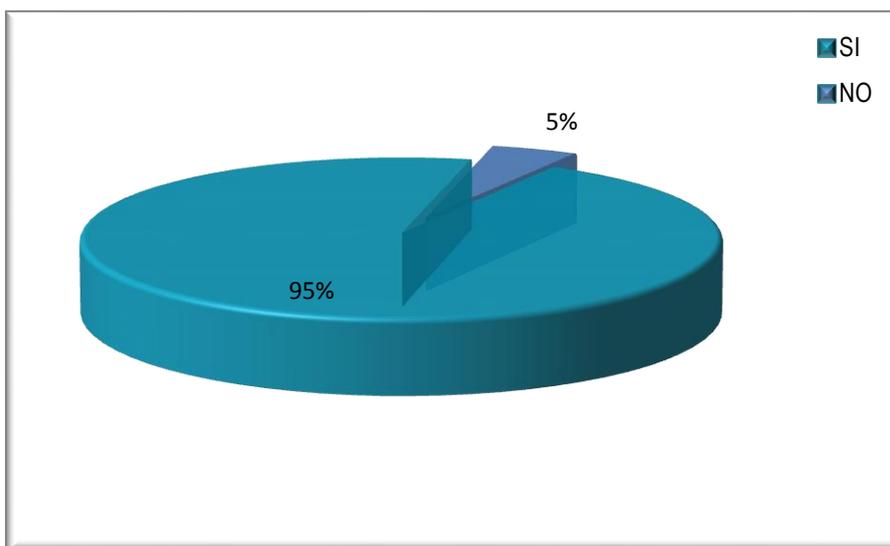
Interpretación

La investigación muestra que la mayoría de los clientes potenciales eligen ir a un Parque Acuático tomando a consideración la seguridad de la zona (71%) que este pueda tener. Además toman siempre en cuenta el costo del ingreso (49%) al lugar y ubicación (36%), ya que son los aspectos que tienen mayor consideración al momento de escoger el centro turístico.

5. ¿Considera usted la atención al cliente como uno de los elementos fundamentales para la elección de visitar un centro turístico?

	Fr	%
SI	102	95%
NO	5	5%
Total	107	90%

n = 107



Objetivo

Conocer si la atención al cliente es un elemento fundamental para los clientes potenciales del parque acuático Playa Conchalí del Puerto La Libertad.

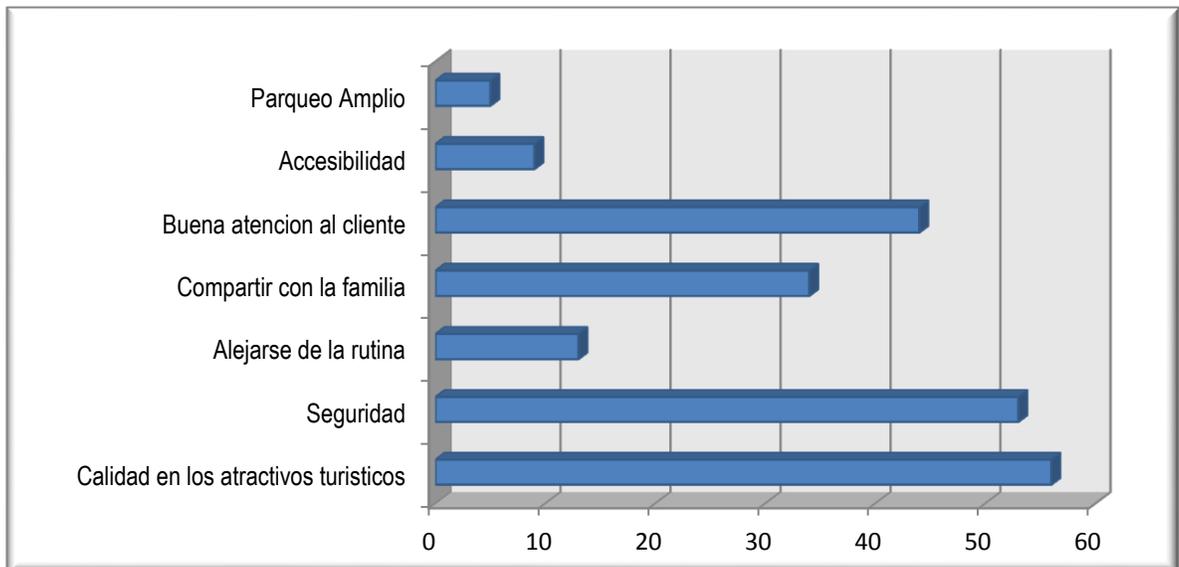
Interpretación

Se observa que el 95% de los clientes potenciales, consideran que la atención al cliente es un elemento fundamental para la elección de visitar un centro turístico, mientras que una minoría del 5% considera que no tiene mayor relevancia al momento de visitar un lugar para salir de la rutina familiar.

6. ¿Cuáles de las siguientes características busca encontrar cuando visita un centro turístico? (Seleccione dos de las opciones que considere más importantes)

	Fr	%
Calidad en los atractivos turísticos	56	52%
Seguridad	53	50%
Alejarse de la rutina	13	12%
Compartir con la familia	34	32%
Buena atención al cliente	44	41%
Accesibilidad	9	8%
Parqueo Amplio	5	5%

n = 107



Objetivo:

Identificar las características que buscan los clientes a la hora de visitar un centro turístico.

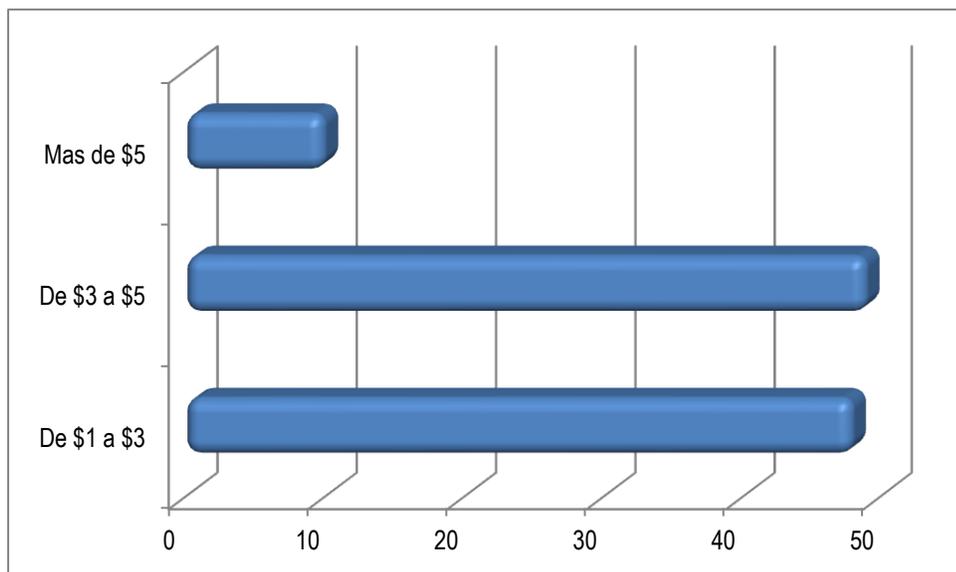
Interpretación

En los aspectos que deben enfocarse los responsables del Parque Acuático, para ser mayormente reconocido sobre la elección de los clientes se encuentran: la calidad de los servicios (52%), la seguridad (50%), por lo cual, deben ser los factores prioritarios a contemplar dentro del conjunto de estrategias de marketing, para ser reconocidos por los clientes y garantizar el posicionamiento del lugar con respecto a las demás opciones turísticas en el Puerto de La Libertad.

7. ¿Qué precios estaría dispuesto a cancelar por el ingreso a un parque acuático?

	Fr	%
De \$1 a \$3	48	45%
De \$3 a \$5	49	46%
Mas de \$5	10	9%
Total	107	100%

n = 107



Objetivo:

Conocer los precios que los clientes potenciales del parque acuático municipal Playa Conchalío están dispuestos a pagar por entrar al centro turístico.

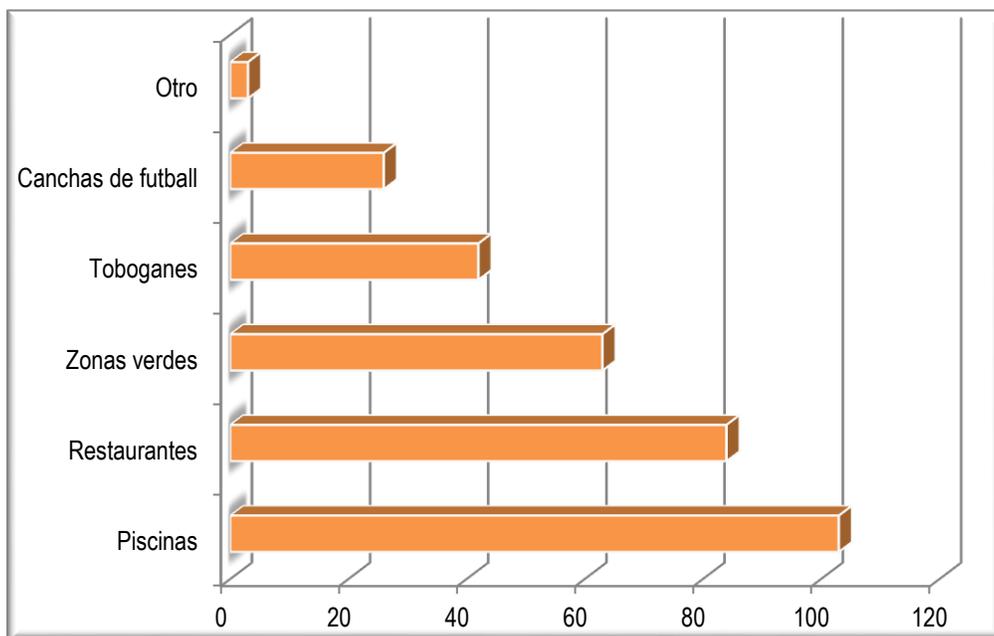
Interpretación

El 46% de los clientes potenciales encuestados, están dispuestos a pagar más de \$5 por ingresar al parque acuático, si existe gran diversidad de servicios. Con el fin de maximizar la afluencia de turistas, los precios deberían oscilar entre los \$3 a \$5 dólares respecto del ingreso al parque acuático.

8. ¿Qué tipo de servicios espera encontrar en un parque acuático? (Seleccione las 3 opciones más importantes)

	Fr	%
Piscinas	103	96%
Restaurantes	84	79%
Zonas verdes	63	59%
Toboganes	42	39%
Canchas de football	26	24%
Otro	3	3%

n = 107



Objetivo:

Identificar cuáles son las preferencias en los servicios que los clientes potenciales buscan al momento de visitar un parque acuático

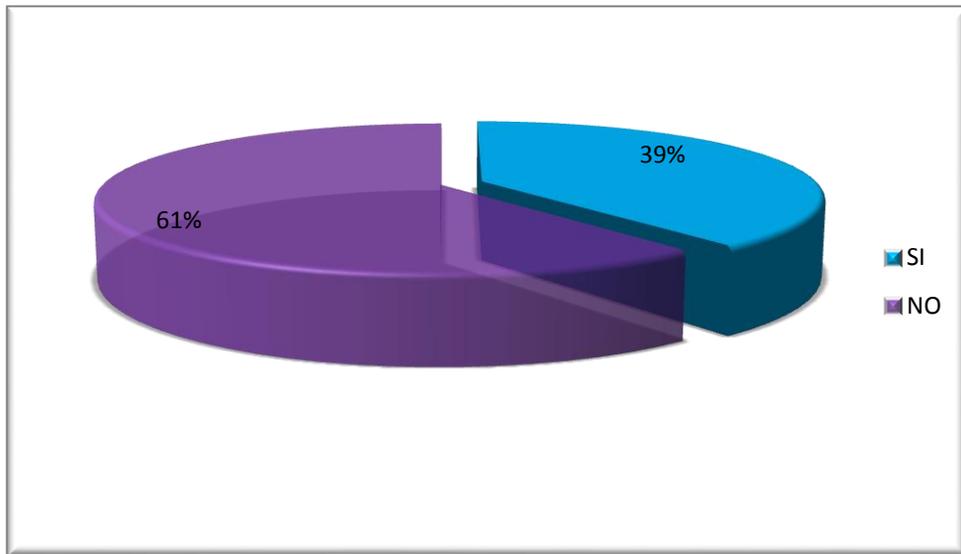
Interpretación

Con base en los resultados obtenidos, se determina que los servicios en los cuales deben enfocarse los responsables del Parque Acuático son, desarrollo de piscinas con un 96%, establecimiento de locales de comida para los visitantes con un 79%, y establecimiento de Zonas verdes recreativas para los turistas que ingresen al parque acuático con 59%, esto respecto a que son los servicios con mayor preferencia para la elección de un centro turístico.

9. ¿Conoce el Parque Acuático Municipal Playa Conchalío en el Puerto La Libertad?

	Fr	%
SI	42	39%
NO	65	61%
Total	107	100%

n = 107



Objetivo

Conocer cuántas personas conocen a existencia del parque acuático municipal playa Conchalío ubicado en el puerto de La Libertad.

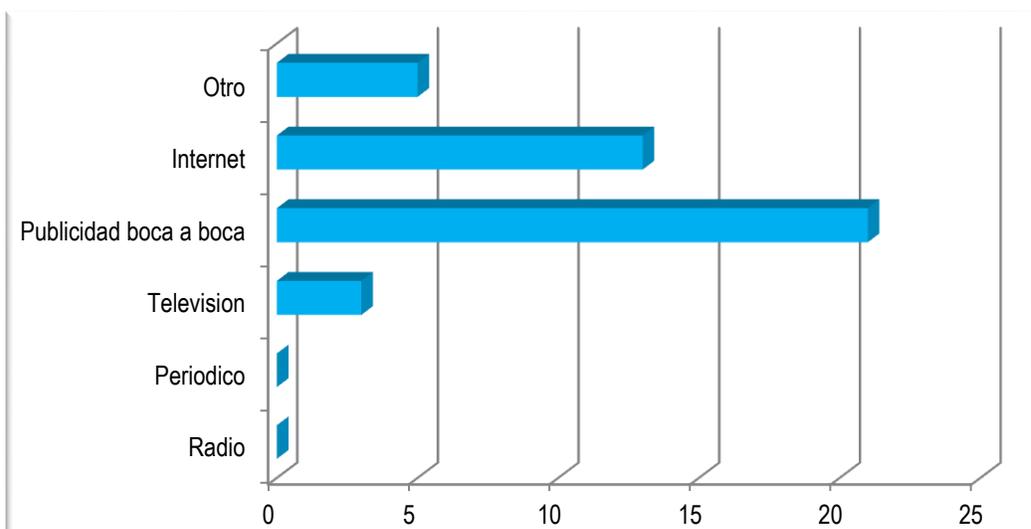
Interpretación

Del total de la muestra el 61% de las personas contestaron desconocer de la existencia del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío, y algunas de ellos opinaron que hay carencia de promoción y publicidad para difundir su localización constituyéndose como la causa principal.

10. ¿A través de que medio publicitario se dio cuenta de la existencia del parque acuático municipal?

	Fr	%
Radio	0	0%
Periodico	0	0%
Television	3	7%
Publicidad boca a boca	21	50%
Internet	13	31%
Otro	5	12%
Total	42	100%

n = 42



Objetivo:

Conocer a través de que medio publicitario los clientes potenciales supieron de la existencia de este centro turístico.

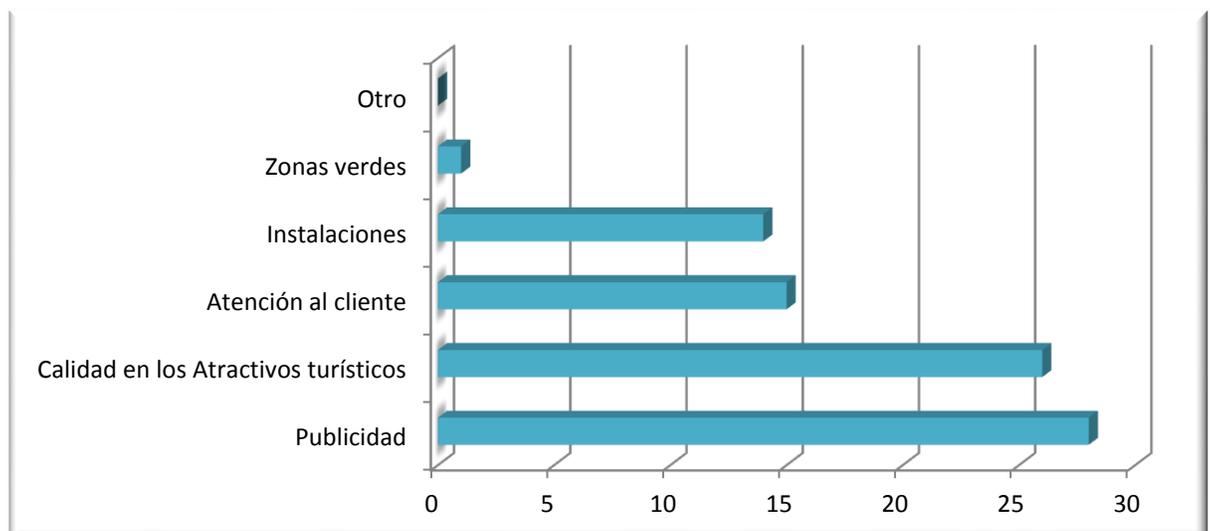
Interpretación

El 50% de los encuestados se enteró por medio de la comunicación interpersonal, por lo tanto eso demuestra que no hace uso de los demás medios publicitarios, tales como: periódicos, televisión, radio entre otros

11. ¿Qué estrategia considera usted que necesita utilizar el parque acuático para posicionarse sobre los demás centros turísticos? (Seleccione las dos opciones que considere más importantes)

	Fr	%
Publicidad	28	67%
Calidad en los Atractivos turísticos	26	62%
Atención al cliente	15	36%
Instalaciones	14	33%
Zonas verdes	1	2%
Otro	0	0%

n = 42



Objetivo

Identificar las características que el parque acuático municipal necesita utilizar para posicionarse sobre los demás centros turísticos.

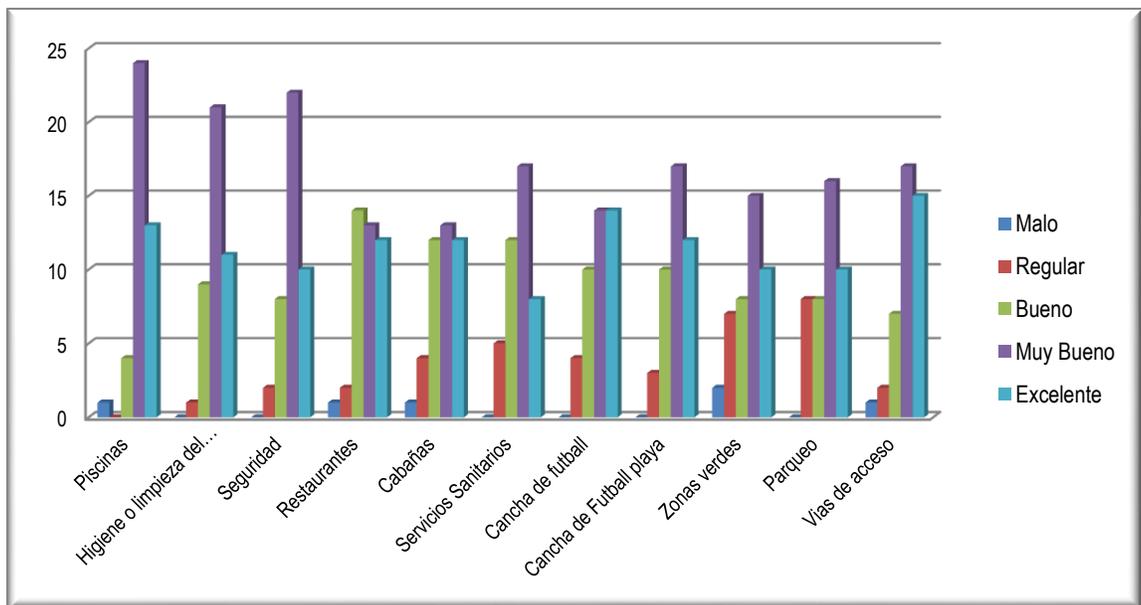
Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos el 67% refleja que uno de los factores por los cuales el Parque Acuático no se ha posicionado sobre los otros de su mismo giro, es debido a la falta de publicidad, seguido en un 62% de la calidad de los atractivos turísticos que ofrece al público en general, siendo estos: piscinas, kioscos, cabañas, entre otros, así como también la mala atención a los clientes.

12. Evalúe los siguientes servicios que ofrece el parque acuático municipal Playa Conchalío de acuerdo a los siguientes aspectos.

SERVICIOS	CALIFICACION										TOTAL
	Excelente (5)		Muy Bueno (4)		Bueno (3)		Regular (2)		Malo (1)		
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
Piscinas	13	31%	24	57%	4	10%	0	0%	1	2%	100%
Higiene o limpieza del lugar	11	26%	21	50%	9	21%	1	2%	0	0%	100%
Seguridad	10	24%	22	52%	8	19%	2	5%	0	0%	100%
Restaurantes	12	29%	13	31%	14	33%	2	5%	1	2%	100%
Cabañas	12	29%	13	31%	12	29%	4	10%	1	2%	100%
Servicios Sanitarios	8	19%	17	40%	12	29%	5	12%	0	0%	100%
Cancha de football	14	33%	14	33%	10	24%	4	10%	0	0%	100%
Cancha de Football playa	12	29%	17	40%	10	24%	3	7%	0	0%	100%
Zonas verdes	10	24%	15	36%	8	19%	7	17%	2	5%	100%
Parqueo	10	24%	16	38%	8	19%	8	19%	0	0%	100%
Vias de acceso	15	36%	17	40%	7	17%	2	5%	1	2%	100%

n = 42



Objetivo

Identificar cuales servicios deberían ser objeto de mejoras para ofrecer servicios de calidad a los visitantes.

Interpretación

De los servicios ofrecidos, los niveles de respuesta se evaluaron asignando una ponderación a cada uno, la cual se elaboró a partir de las opiniones de los clientes potenciales que han visitado el Parque Acuático, las opciones con menores respuestas favorables son: zonas verdes, servicios sanitarios y finalmente el parqueo, debido a ello será necesario implementar modificaciones y transformaciones que servirán para fortalecer la satisfacción de los turistas que ingresan al centro turístico.

ANEXO No. 4

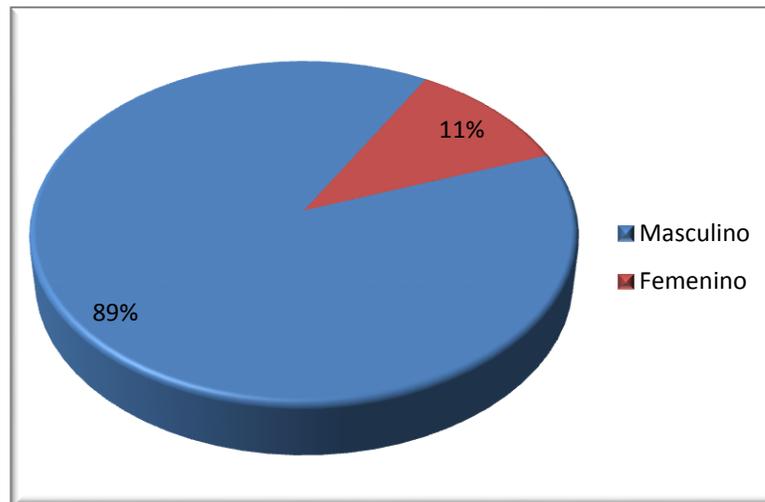
**Tabulación del cuestionario
dirigido a los Empleados**

I. Datos Generales

A. Género

	Fr	%
Masculino	8	89%
Femenino	1	11%
Total	9	100%

n = 9



Objetivo

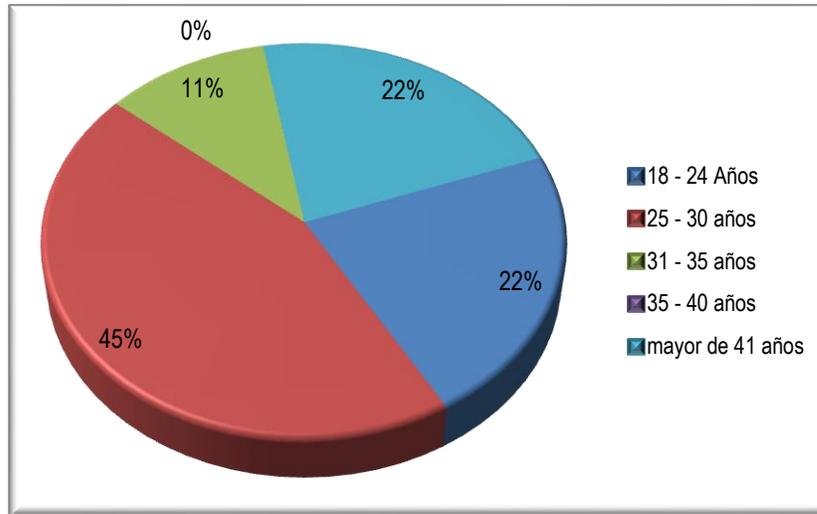
Conocer el género de los empleados que laboran para la realización de las diferentes actividades en el parque acuático municipal playa Conchalío

Interpretación

Fueron 9 empleados los encuestados, que trabajan en el Parque Acuático Municipal Playa Conchalío, de los cuales el 89% de total pertenecen al género Masculino, y el 11% restante al género femenino, contratados por la gestión de la Alcaldía Municipal.

B. Edad

	Fr	%
18 - 24 Años	2	22%
25 - 30 años	4	44%
31 - 35 años	1	11%
35 - 40 años	0	0%
Mayor de 41 años	2	22%
Total	9	100%
n = 9		



Objetivo:

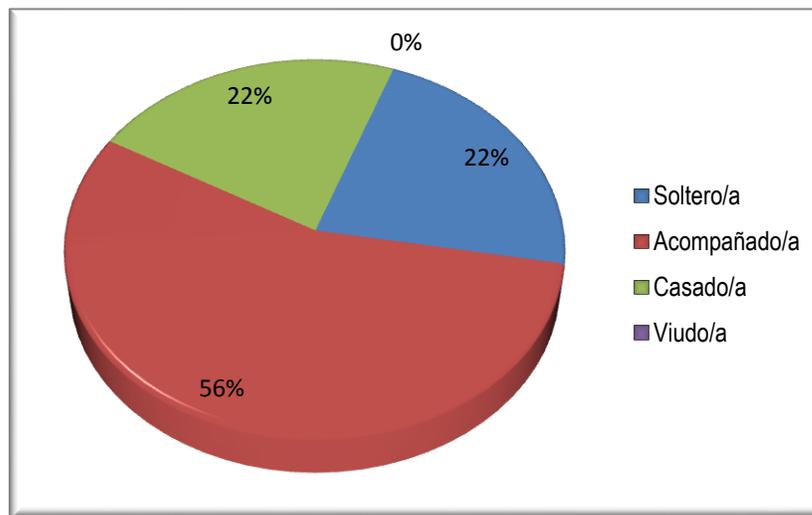
Estimar la edad que tienen los empleados que laboran en el parque acuático municipal playa Conchalí.

Interpretación

33% del total de encuestados, resultado que predomina es de personas que se encuentran rango de 25 a los 30 años de edad; sin embargo, existe un rango con frecuencia nula, correspondiente a mayores de 40 años de edad, los cuales son importantes para puestos que requieren mayor experiencia en el Parque Acuático Municipal.

C. Estado Familiar

	Fr	%
Soltero/a	2	22%
Acompañado/a	5	56%
Casado/a	2	22%
Viudo/a	0	0%
Total	9	100%



Objetivo:

Identificar el estado civil de los empleados que trabajan dentro del parque acuático municipal playa Conchalío.

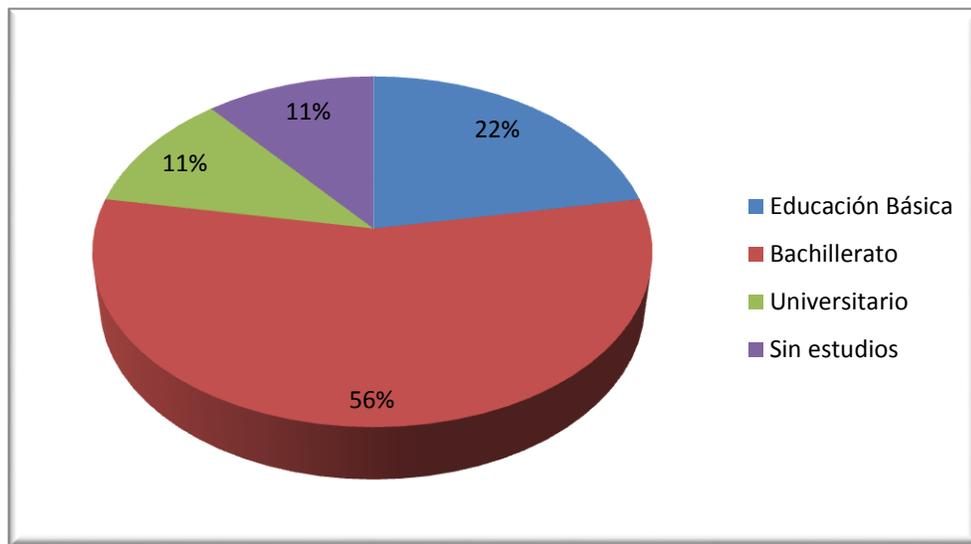
Interpretación

Se observa que el estado civil de la mayoría de los trabajadores del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío son acompañados/as (56%) y Casados/as (22%), mientras que no se obtuvieron resultados pertenecientes al estado civil Viudo/a.

D. Grado Académico

	Fr	%
Educación Básica	2	22%
Bachillerato	5	56%
Universitario	1	11%
Sin estudios	1	11%
Total	9	100%

n = 9



Objetivo:

Conocer el grado académico alcanzado por los actuales empleados del parque acuático municipal playa Conchalío.

Interpretación

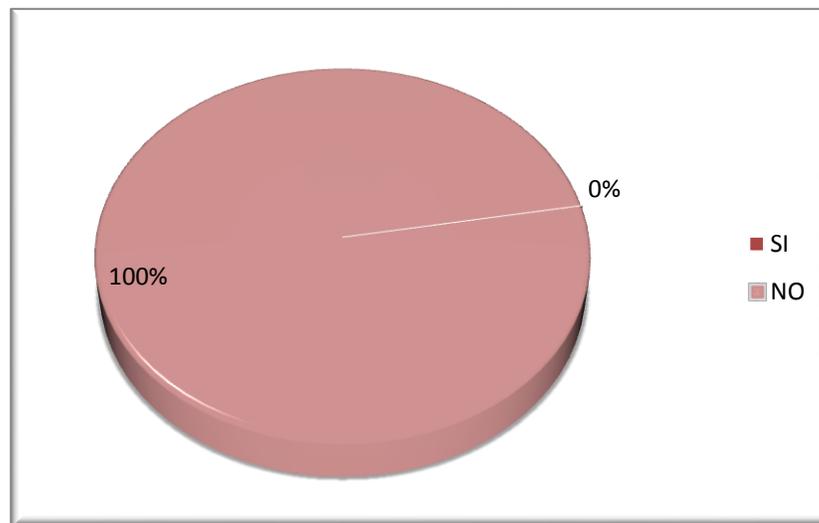
El nivel académico de los empleados encuestados corresponde a un 56% el grado de Bachiller, el 22% a Educación Básica, y finalmente una distribución de trabajadores que cursan un grado académico universitario y personas sin estudios académicos.

II. Tabulación de los Datos

1. ¿Conoce usted la misión, visión, Objetivo y valores del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío del Puerto La Libertad?

	Fr	%
SI	0	0%
NO	9	100%
Total	9	100%

n = 9



Objetivo

Determinar si los empleados conocen la filosofía institucional del parque acuático municipal playa Conchalío.

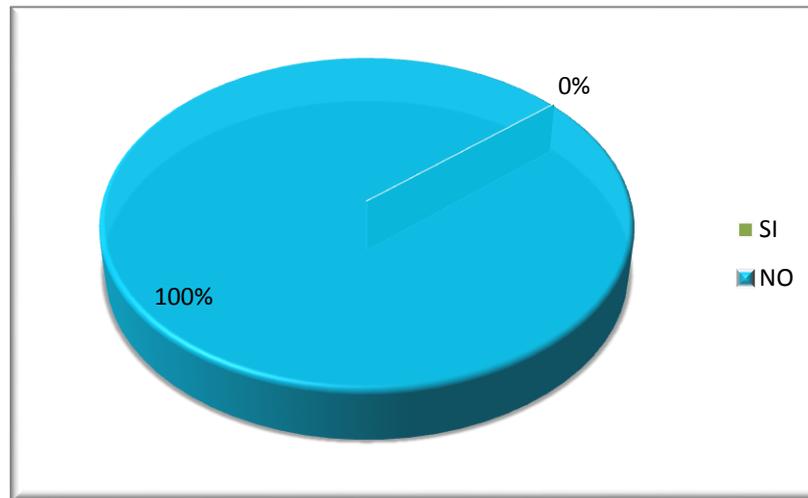
Interpretación

Con base a los resultados obtenidos, El 100% de los empleados expresaron desconocer la misión, visión y objetivos de la Gestión actual del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío, debido a la falta del establecimiento de la Filosofía Organizacional.

2. ¿Existe algún documento que contenga información con respecto a las actividades que cada empleado debe desarrollar en el parque acuático (manual de puestos)?

	Fr	%
SI	0	0%
NO	9	100%
Total	9	100%

n = 9



Objetivo:

Verificar si el parque acuático cuenta con un documento que guíe a las personas que laboran en el centro turístico para realización de las tareas que deben desempeñar, para garantizar un buen servicio a los visitantes.

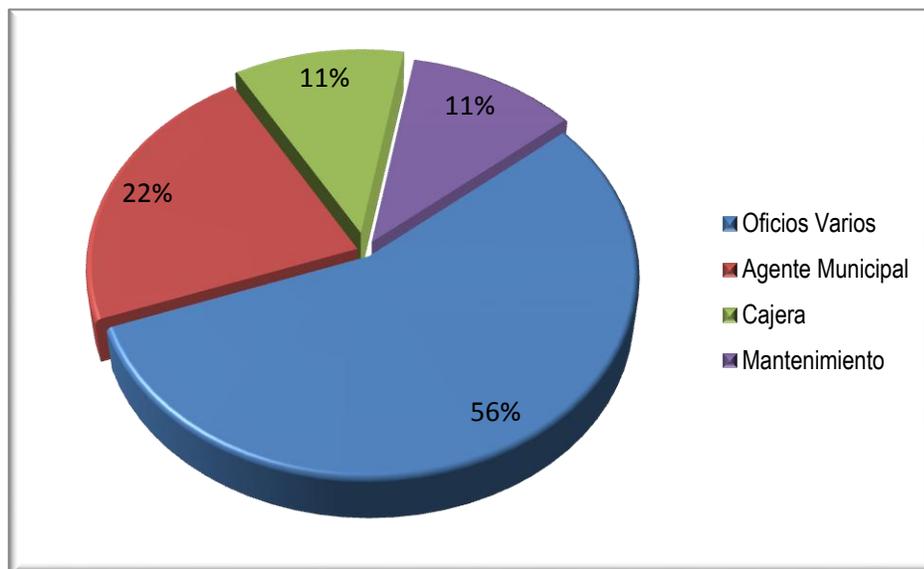
Interpretación

El gráfico muestra, que el total de empleados expresan, que no existe ningún documento que contenga información de las actividades, que cada uno deba realizar para el correcto funcionamiento del Parque Acuático Municipal Playa Conchalí.

3. ¿Cuál es el puesto que desempeña en el parque acuático?

	Fr	%
Oficios Varios	5	56%
Agente Municipal	2	22%
Cajera	1	11%
Mantenimiento	1	11%
Total	9	100%

n = 9



Objetivo

Identificar los puestos que tienen asignados los trabajadores del parque acuático playa Conchalío, para la correspondiente elaboración de un perfil de puestos.

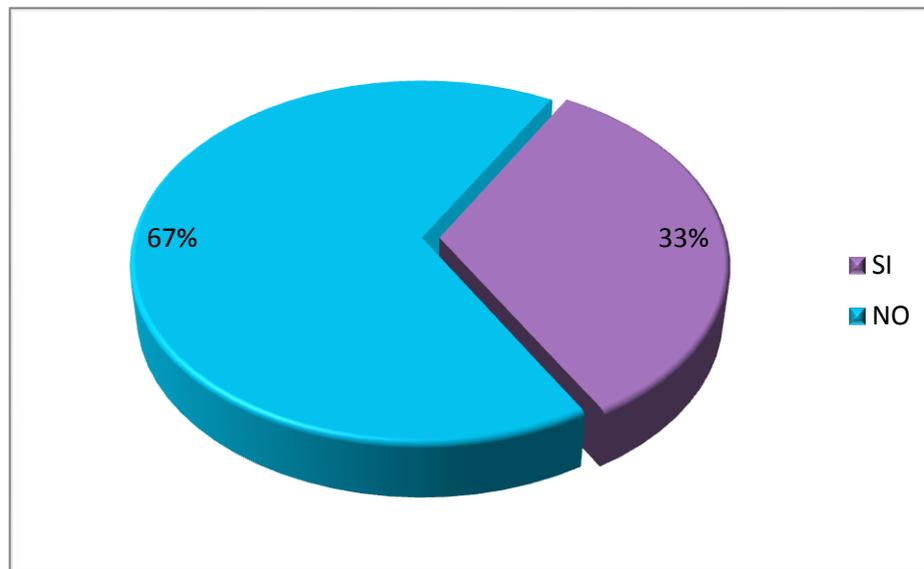
Interpretación

Con base a las respuestas de los empleados del Parque Acuático, el 56% expresó que realizan actividades varias y que no cuentan con un puesto definido, sin embargo, un 44% manifestó que cuentan con puestos estables, que son Atención en Caja, Agente Municipal y Mantenimiento de inmuebles y Seguridad, los cuales no se asignan otras tareas no relacionadas.

4. ¿Ha recibido alguna instrucción con respecto a las funciones que debe desarrollar para velar por el buen funcionamiento del parque acuático?

	Fr	%
SI	3	33%
NO	6	67%
Total	9	100%

n = 9



Objetivo

Conocer si los empleados reciben instrucciones respecto a sus tareas diarias, eventuales y periódicas en el desempeño de las actividades del parque acuático municipal playa Conchalí.

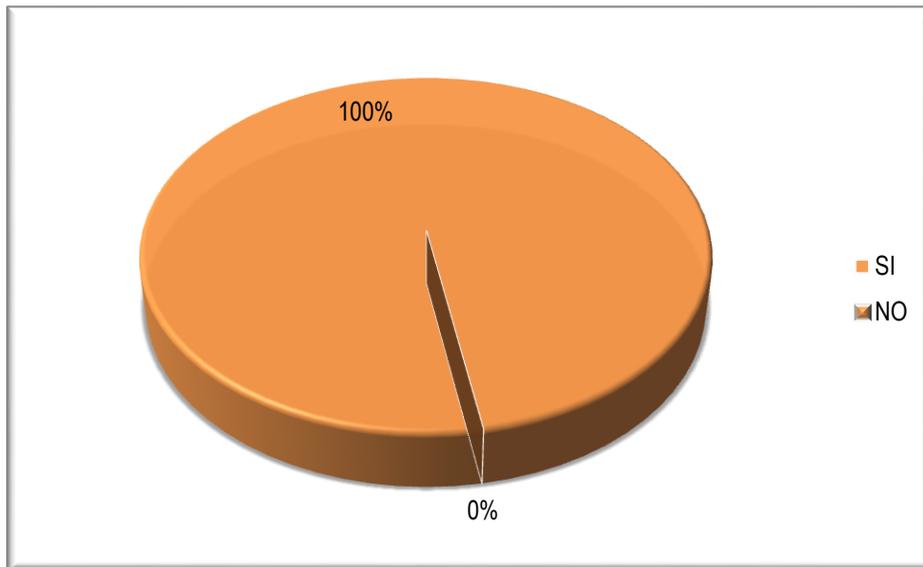
Interpretación

El 67% de los empleados del Parque Acuático manifestó, no haber recibido alguna instrucción respecto a las funciones que deben desarrollar, por parte de la actual administración, para llevar a cabo el funcionamiento del centro turístico, lo cual implica una multiplicidad funciones para cada empleado.

5. ¿Existe algún instrumento que indique la jerarquía de las personas que laboran en el parque acuático?

	Fr	%
SI	0	0%
NO	9	100%
Total	9	100%

n = 9



Objetivo

Verificar la existencia de un documento que refleje la jerarquía de puestos utilizada por los empleados del parque acuático municipal playa Conchalío.

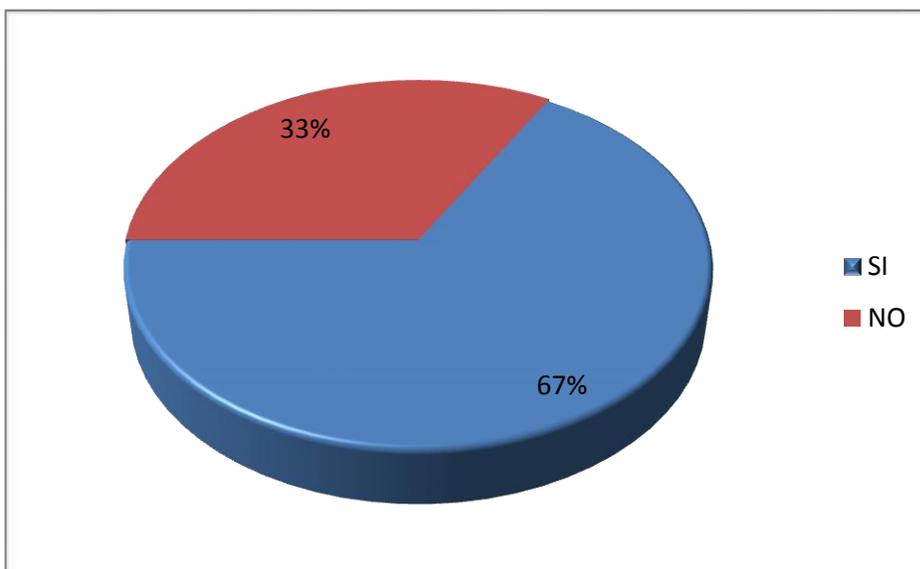
Interpretación

La gráfica muestra que el total de empleados expresan que no existe ningún instrumento que indique la jerarquía de las personas que laboran en el Parque Acuático. Esto podrá ocasionar el problema de falta de unidad de mando en el Centro Turístico.

6. ¿Se le proporciona de herramientas e insumos necesarios para la realización de sus labores al interior del Parque Acuático?

	Fr	%
SI	6	67%
NO	3	33%
Total	9	100%

n = 9



Objetivo

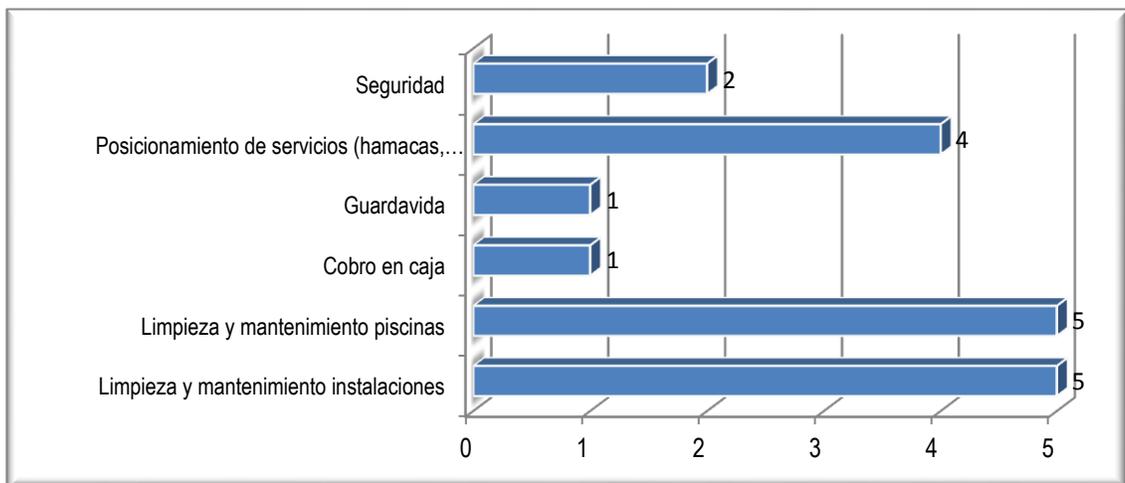
Conocer si a los empleados se les ha asignado instrumentos o herramientas necesarias para el desempeño de sus actividades laborales en el Parque Acuático municipal.

Interpretación

El 67% de los empleados del Parque Acuático, expresaron que la actual administración proporciona de herramientas e insumos necesarios para la realización de actividades; sin embargo, un 33% establece que no se le suministra; debe ser tomado en cuenta para subsanar esa deficiencia.

7. ¿Describa de manera breve las actividades que desempeñan al Parque Acuático municipal Playa Conchalí? (Pregunta Abierta)

	Fr	%
Limpieza y mantenimiento de piscinas	5	56%
Limpieza y mantenimiento de kioskos	5	56%
Cobro en caja	1	11%
Guardavida	1	11%
Posicionamiento de servicios (Hamacas, mesas y otros)	4	44%
Seguridad	2	22%
n = 9		



Objetivo:

Identificar cada uno de los servicios que brindan los empleados al Parque Acuático municipal, en el desempeño de sus labores.

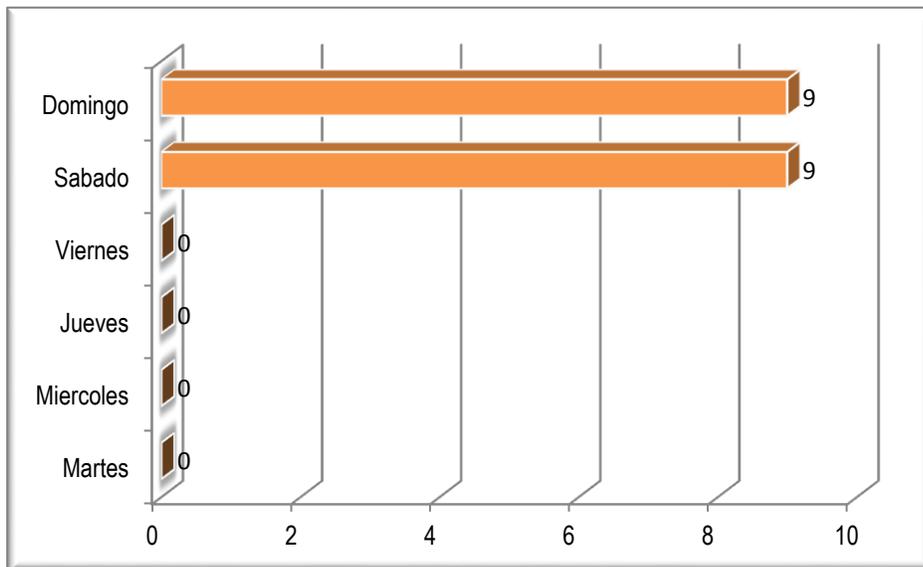
Interpretación

Los empleados especificaron que entre los servicios que proporcionan al Parque Acuático, el 56% realiza limpieza y mantenimiento de Piscinas, mientras un 56% realiza limpieza y mantenimiento en los kioskos, por otro lado, las actividades menos ejecutadas son con un 11% Actividades de Guardavida y 11% Cobro en caja

8. ¿Cuáles de los siguientes días ha observado mayor afluencia turística en el parque acuático? (Selecciones los dos días más frecuentados por los visitantes)

	Fr	%
Martes	0	0%
Miercoles	0	0%
Jueves	0	0%
Viernes	0	0%
Sabado	9	100%
Domingo	9	100%

n = 9



Objetivo

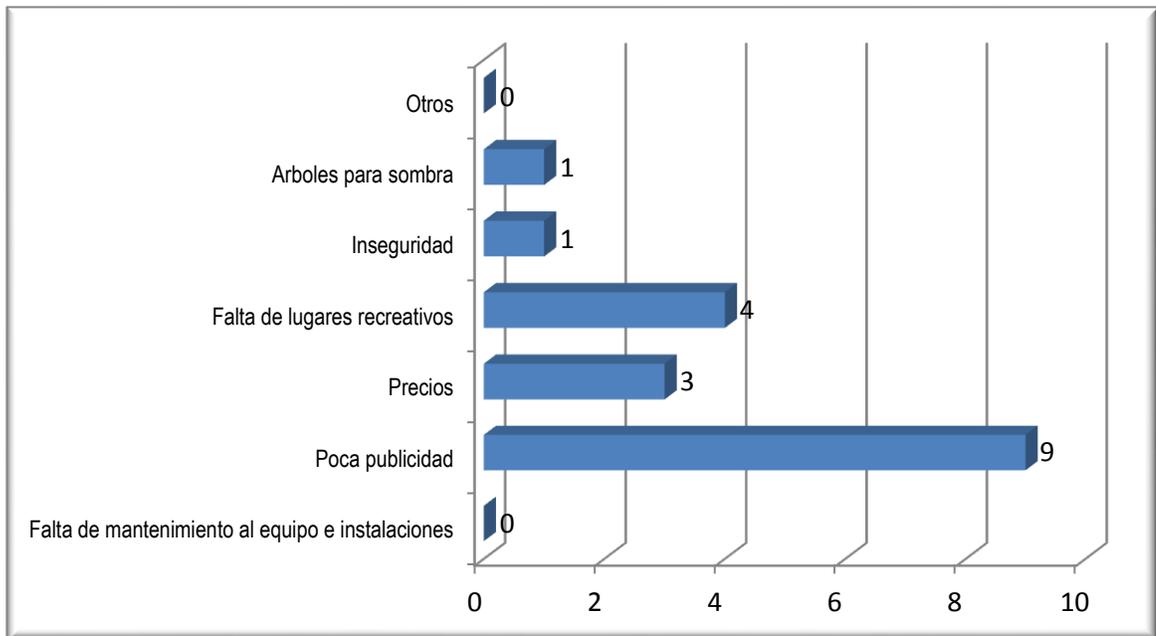
Identificar qué días de la semana existe mayor afluencia turística, con el objetivo de determinar la cantidad necesaria de empleados para lograr una óptima capacidad de atención a todos los servicios que ofrece el parque acuático municipal.

Interpretación

Con base a la experiencia de los trabajadores, los días más visitados por los turistas son sábados y domingos, por la razón que existe alta afluencia de porteños y turistas en el Parque Acuático con respecto a los demás días de la semana.

9. ¿Cuál de los siguientes factores considera que mantienen bajas las visitas al Parque Acuático municipal Playa Conchalí? (Seleccione los dos principales)

	Fr	%
Falta de mantenimiento al equipo e instalaciones	0	0%
Poca publicidad	9	100%
Precios	3	33%
Falta de lugares recreativos	4	44%
Inseguridad	1	11%
Arboles para sombra	1	11%
Otros	0	0%
n = 9		



Objetivo:

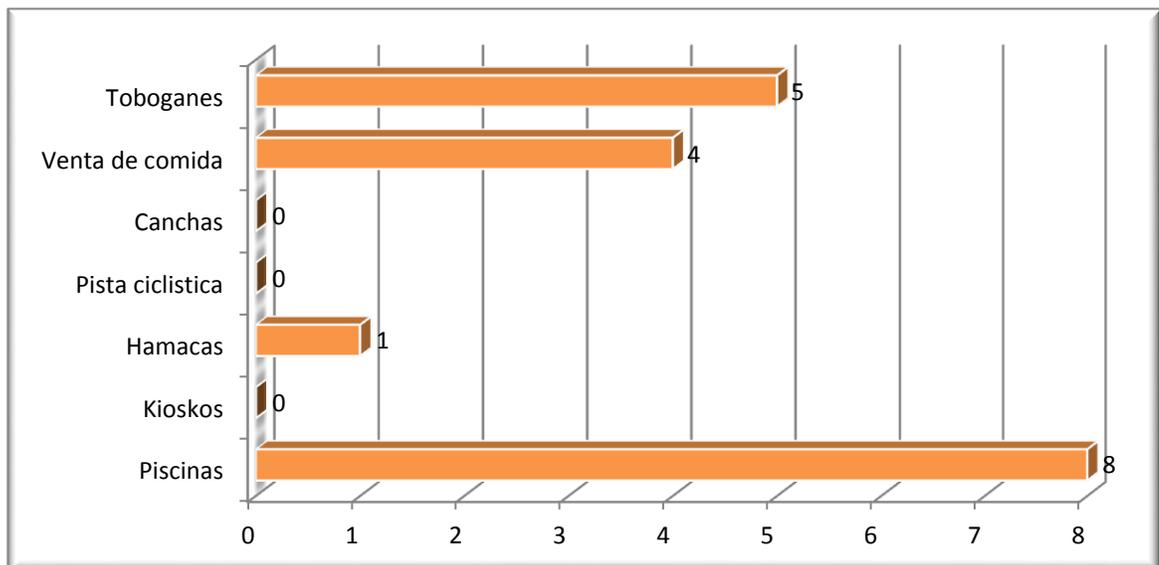
Identificar qué elementos no son óptimamente utilizados para la atracción de clientes potenciales y el posicionamiento del parque sobre otros centros turísticos.

Interpretación

Los empleados consideran que los factores que más han influido a que se mantengan bajas las visitas del parque, son: la poca publicidad con 100% de los resultados seleccionados y 44% falta de lugares recreativos.

10. ¿De acuerdo a su experiencia, cuáles son las atracciones recreativas que los clientes prefieren utilizar, cuando ingresan al Parque Acuático? (Seleccione las 2 principales)

	Fr	%
Piscinas	8	89%
Kioskos	0	0%
Hamacas	1	11%
Pista ciclistica	0	0%
Canchas	0	0%
Venta de comida	4	44%
Toboganes	5	56%
n = 9		



Objetivo:

Identificar cuáles son los servicios más demandados por los clientes, por medio de la perspectiva de los empleados del parque acuático municipal.

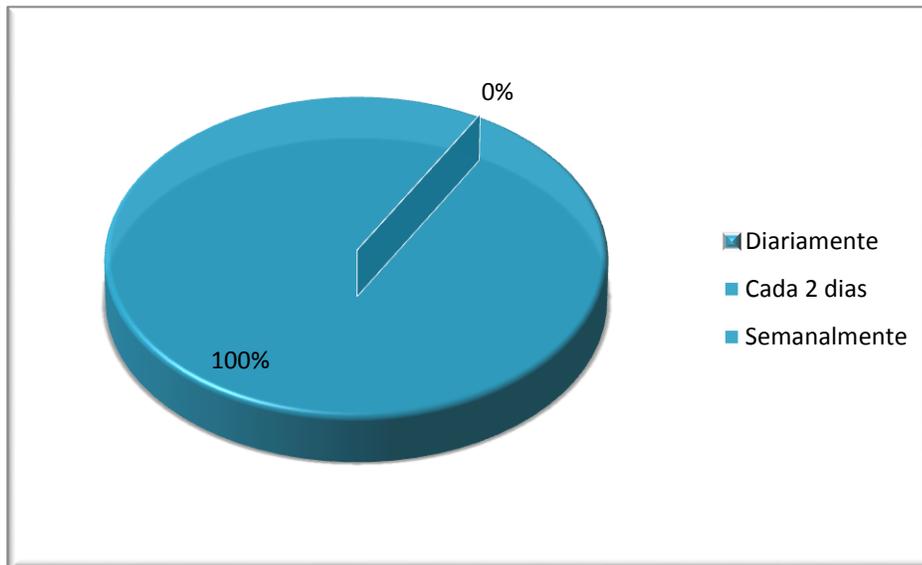
Interpretación

Los empleados mencionaron según su experiencia, que las atracciones que los clientes prefieren utilizar son: las piscinas (89%), toboganes (56%) y finalmente mencionó que las ventas de comida costera, debido a que son los servicio que mayor demanda tienen en el Parque Acuático.

11. ¿Con que frecuencia se le proporciona mantenimiento a las piscinas del parque acuático?

	Fr	%
Diariamente	9	100%
Cada 2 dias	0	0%
Semanalmente	0	0%
Total	9	100%

n = 9



Objetivo:

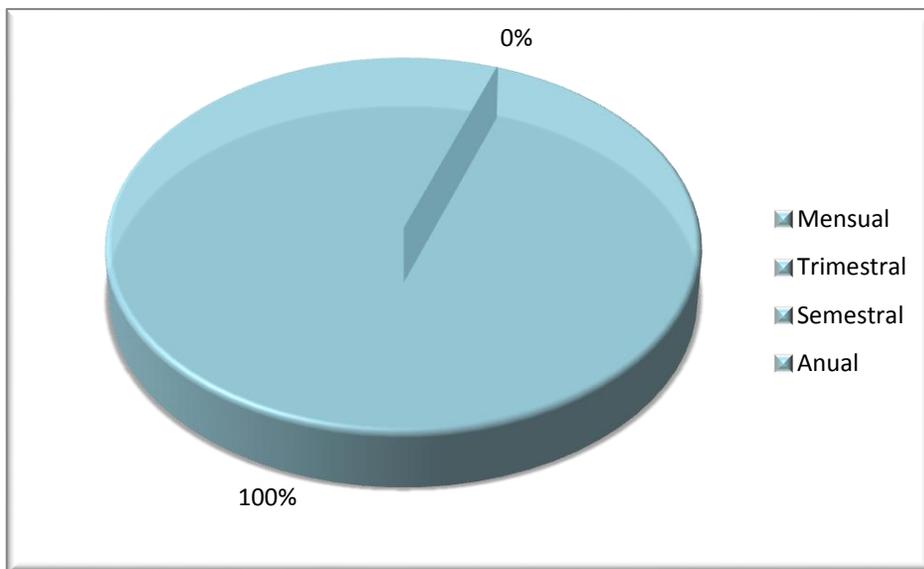
Conocer la frecuencia con la que se da mantenimiento a las piscinas del parque acuático, con el Objetivo de mejorar el servicio brindado a los clientes.

Interpretación

En su totalidad, los empleados manifestaron que el mantenimiento de piscinas (consiste en aplicación y combinación de los químicos para la purificación del agua; verificación y reparación de infraestructura) es una actividad que se realiza diariamente en todas las piscinas del Parque Acuático para ofrecer un servicio de calidad a los clientes.

12. ¿Cada cuánto tiempo se le da mantenimiento a los toboganes del parque acuático?

	Fr	%
Mensual	9	100%
Trimestral	0	0%
Semestral	0	0%
Anual	0	0%
Total	9	100%
n = 9		



Objetivo:

Conocer la periodicidad con la que se da mantenimiento a los toboganes del parque acuático, con el Objetivo de fortalecer la seguridad de los clientes durante su utilización.

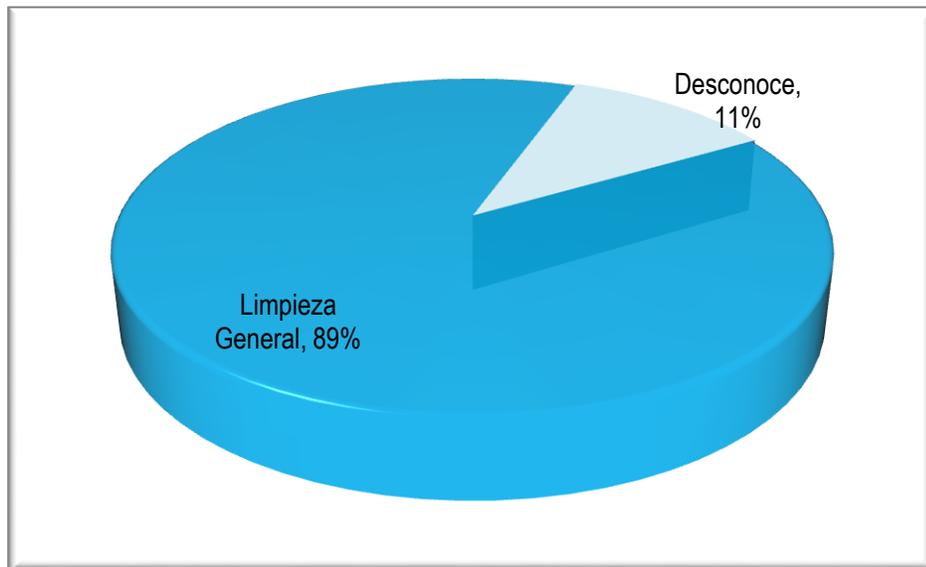
Interpretación

Se observa que el 100% de la muestra afirma que los toboganes reciben mantenimiento (verificación y re armado de piezas que constituyen la infraestructura; uso de químicos para el cuidado del material) cada mes, para mantener un buen funcionamiento y fortalecer la seguridad de los clientes en su tiempo de utilización.

13. ¿Qué tipo de mantenimiento reciben los kioscos existentes en el parque acuático municipal?

	Fr	%
Limpieza General	8	89%
Desconoce	1	11%
Total	9	100%

n = 9



Objetivo:

Conocer el tipo de mantenimiento que requieren los kioscos ubicados al interior del parque con el Objetivo de la prestación de un mejor servicio.

Interpretación

Del total de empleados, el 89% expresó que el mantenimiento que reciben los kioscos se detalla como limpieza general (consiste en barrer y lavar el espacio de los kioscos), mientras que el 11% desconoce los procesos que recibe la atracción en el Parque Acuático,

ANEXO No. 5

Guía de Entrevista Dirigida Administradora del Parque Acuático



GUÍA DE ENTREVISTA

“PLAN DE NEGOCIOS PARA CONTRIBUIR AL LOGRO DE LA AUTOSOSTENIBILIDAD DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL DEL PUERTO LA LIBERTAD”

Entrevista dirigida al Gerente General / Administradora del Parque Acuático

Objetivo:

Determinar la situación actual del parque acuático municipal, con el propósito de realizar un diagnóstico exhaustivo que ayude a proporcionar los datos necesarios para realizar un el Plan de Negocios para el centro turístico.

PREGUNTAS:

I. Generalidades de la Empresa

1. ¿Cuánto tiempo tiene de operar el parque acuático municipal?

Inicio sus operaciones el 21 de marzo del 2015 con la anterior administración, pero desde que la nueva administración inició operaciones fue el 01 de mayo del corriente año.

2. ¿Cuenta con una misión, visión y valores?

No, porque aún no han trabajado en eso, por la razón de que había un gran desorden operativamente, y decidieron poner orden porque era un cause

3. ¿Describa de manera breve los servicios que presta el parque acuático municipal Playa Conchalío?

Los servicios que ofrece son recreativos, gastronómicos, diversión, deportes. Donde estos pueden reflejarse en los siguientes: piscinas, toboganes, pista ciclista, ventas de comida, canchas de football playa y soccer. Además de eso ofrece alquileres de hamacas, kioscos, inflables entre otros.

4. ¿Dónde se encuentra ubicado el parque acuático municipal?

Km 36 ½ Carretera El litoral atrás de terminal de buses 102, Playa Conchalío, La Libertad.

5. ¿Posee el parque acuático un plan negocios?

No, porque aún no lo han elaborado. Pero se lo están pidiendo en la Alcaldía que realice uno, pero no ha podido realizarlo porque se acumuló de muchas tareas.

II. Análisis del Mercado

6. ¿Cuáles fueron los criterios que se utilizaron para establecer los precios del ingreso al parque acuático?

Hicieron un sondeo en todos los lugares recreativos que existen en el puerto La Libertad y afuera del municipio para poder colocar los precios y que sean más accesibles a los visitantes.

7. ¿Quiénes son sus principales competidores?

El único competidor principal que considera es el parque acuático el Pacífico.

8. ¿Qué tipo de medios publicitarios utiliza el parque acuático para darse a conocer ante el público en general?

Hace uso del recurso humano para repartir las hojas volantes por la zona del centro comercial el Faro y el muelle, hablaron en la radio local y también tuvo una entrevista en Código 21 para poder promocionar el centro turístico.

9. A su criterio, ¿Qué medio de comunicación sería el idóneo para dar a conocer el parque acuático?

El más idóneo sería por medio del televisivo.

10. ¿Qué factores considera que son un obstáculo para incrementar la participación en el mercado?

El poco recurso o importancia que le dan al parque acuático por parte de la alcaldía, es necesario que inviertan en más publicidad para poder percibir un mayor ingreso económico.

11. ¿Cuáles son los precios que cancelan los visitantes por utilizar los diferentes servicios que ofrece el parque acuático?

Los precios por ingreso son \$3.00 turista nacional y \$1.50 turista porteño. Niños menores de diez años \$1.00. Tercera edad gratis. También existen otros que son: alquiler de hamacas \$ 1.00, inflable \$1.00, Mesa y sillas \$3.00, Cabaña o kiosco \$5.00. Además precios especiales a excursiones de empresas e instituciones educativas.

12. En su opinión. ¿Qué ha provocado la disminución de la afluencia de los turistas al parque acuático?

El alto oleaje, los paros de buses que han pasado y la economía actual en el país.

13. En su opinión, ¿Cuál es la época del año en la que las personas prefieren visitar los diferentes centros turísticos?

Como comerciante son tres épocas al año, semana santa, fiestas agostinas y fiestas de diciembre.

14. ¿Cuántos clientes por semana visitan el parque acuático municipal en temporada normal y vacacional?

En temporada normal son 30 personas por semana y en temporada vacacional son 300 personas.

III. Producción del Servicio

15. ¿En su opinión que aspectos deberían mejorarse en el parque acuático para mejorar los servicios ofrecidos al público en general?

Deberían mejorar las zonas verdes añadiéndole más árboles, colocar más sombra, más publicidad y apoyo por parte de la alcaldía.

16. ¿En su opinión, cuáles son las fortalezas y debilidades que pueden observarse en el parque acuático?

Las fortalezas que observo son: un lugar amplio de sano esparcimiento, novedoso entre otros.

Algunas debilidades son. La ubicación, la localidad, un territorio altamente conflictivo.

IV. Organización

17. ¿Cuáles son los niveles de autoridad en el parque acuático?

Administradora o encargada del parque acuático, auxiliar, cajera y auxiliares de mantenimiento.

18. ¿Cuáles son las áreas funcionales o departamentos?

No existen áreas funcionales por las que este dividida la operativización del parque acuático.

19. ¿Con cuántos empleados cuenta el parque acuático para la operativización de las instalaciones del centro turístico?

Cuenta con 6 operativos y tres personas encargadas de lo administrativo.

20. ¿Cuáles son los cargos y funciones que deben desarrollar las personas que laboran el parque acuático?

Actividades de los operativos: Mantenimiento de piscinas, zonas verdes, áreas de alquileres y guardavidas, cada uno de ellos está dividido por zonas.

Los administrativos, la administradora es la que tiene que velar por el buen funcionamiento de todo el lugar y delegar cada una de las actividades se llevaran a cabo en el parque, la auxiliar es la encargada de dar las indicaciones y toda la información a todos los visitantes del lugar y la cajera es la encargada de realizar el cobro por el ingreso y alquiler de los otros servicios a los turistas.

21. ¿En su opinión la cantidad de personas que laboran en el parque acuático, es la adecuada para el mantenimiento de las instalaciones?

Consideró que si son la cantidad de personas adecuadas para el mantenimiento del parque acuático en temporada normal, pero creo que existe una necesidad de contratar a personas eventuales para las temporadas vacacionales, para brindar un mejor servicio a todos los turistas que ingresen a las instalaciones del centro turístico.

22. ¿Existe algún documento que contenga información con respecto a las actividades que cada empleado debe desarrollar en el parque acuático?

No existe ningún documento que informe tanto a los trabajadores como a su servidora para la optimización de las actividades a realizar en el parque acuático.

23. ¿Se les proporciona de herramientas e insumos de seguridad a los empleados para la realización de sus tareas al interior del parque acuático?

Si, se les proporciona a todos los empleados del parque acuático todas las herramientas necesarias para la realización de todas sus labores, para garantizar un servicio de calidad a todos los visitantes del centro turístico.

24. ¿Existe alguna zona de riesgos en el parque acuático? Sí es así ¿Cuáles son dichas zonas de riesgos?

A mi parecer no existe ninguna zona de riesgo, dado que el único lugar podría ser alrededor de las piscinas, pero no existe ningún problema, porque siempre hay miembros del personal del parque acuático supervisando y cuidando de las personas que se encuentran al interior de las piscinas.

V. Recursos Humanos

25. ¿Quién es la persona encargada de contratar al personal que labora en el parque acuático?

La persona encargada de contratar se encuentra en el área de recursos humanos de la alcaldía municipal, dado que allí es donde se eligen a las personas que laboraran en las instalaciones del parque acuático.

26. ¿Con base a qué criterios o lineamientos se rige la persona que contrata al personal del parque acuático?

No existe ningún criterio o base para contratar, solo que se necesite el personal que reúna el perfil de la persona idónea para desempeñar o realizar el puesto de trabajo.

27. ¿Qué días trabajan los empleados y cuál es su horario de trabajo de los empleados?

Todos trabajamos de martes a domingo, en los horarios de ocho de la mañana a las cinco de la tarde.

VI. Finanzas

28. ¿De dónde fueron percibidos los fondos que se utilizaron para la construcción del parque acuático?

Se realizó un préstamo de \$3, 000,000, el cual aún no han pagado y que necesitan cancelar con el banco que se contrajo la deuda.

29. Si fue un préstamo. ¿De cuánto fue el monto y la institución con la cual se realizó el préstamo?

En realidad desconoce el monto exacto, pero estimo que fue de \$1, 000,000 que se destinó.

30. ¿De qué manera percibe los recursos económicos el parque acuático municipal playa Conchalío para su sostenimiento?

El parque acuático no es sostenible, los fondos son enviados de parte de la alcaldía municipal como todos los proyectos, del fondo FODES.

31. ¿Qué monto le asigna mensualmente la Alcaldía al parque acuático?

No le asignan ninguna cantidad de dinero, todo el manejo de efectivo lo hacen a través de la UACI (Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional) de la Alcaldía de La Libertad.

32. ¿Existe alguna herramienta para llevar el control de los ingresos y costos en los que incurre el parque acuático mensualmente?

No existe ningún sistema de control de para los ingresos, lo único que se lleva es un sistema de tickets y todo lo que se vende se lleva a la UACI para que ellos lo ingresen al sistema para contabilizarlo y unirlo a los fondos de la alcaldía municipal del puerto La libertad.

ANEXO No. 6
Guía de Observación



**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**GUÍA DE OBSERVACIÓN EN EL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALÍO DEL
PUERTO LA LIBERTAD**

Objetivo:

Identificar aspectos que ayuden a construir un mejor diagnóstico de la situación actual del parque acuático con el propósito de mejorar la calidad del servicio que se ofrece a los visitantes del lugar.

DATOS GENERALES

A. ASPECTOS AMBIENTALES

Zonas verdes

Las zonas verdes del parque acuático están constituidas por grama seca, por lo que hace falta regado más frecuente, también hace falta vegetación en la zona, como árboles o palmeras, que ayuden a cubrir un poco más de sombra la zona, para garantizar la satisfacción de los visitantes.

Limpieza del lugar

La limpieza del parque es muy buena, no se encuentra basura por ningún lugar, pero se observa cierta falta de limpieza dentro de los servicios sanitarios, la cual es necesaria tratar de corregir para el disfrute de los turistas

Clima

El clima es muy soleado, con pequeños vientos provenientes de la zona costera, hacen falta lugares para ocultarse del sol, por el fuerte clima soleado del parque acuático, la ubicación del parque respecto al clima es muy buena

B. INFRAESTRUCTURA

Acceso al lugar

La calle principal de acceso al parque acuático se encuentra en una condición buena, ya que es un camino de tierra en el que solo se ha colocado chispa para disipar un poco la problemática del ingreso de los vehículos, además cuenta con dos entradas de acceso al centro turístico, que consta de la principal y la entrada trasera del centro turístico.

Distribución de espacios

Los espacios están suficientemente amplios respecto a las piscinas y toboganes, pero hace falta lugar para cabañas más grandes, debido a que en una cabaña solo caben 5 o 6 personas, y en ciertas ocasiones suelen llegar más vacacionistas en familias más numerosas.

Fachada del parque

La fachada del lugar se encuentra en una condición poco aceptable, por la razón que no posee un letrero que identifique el Parque Acuático, uno de los portones de acceso siempre se encuentra cerrado y solo se abre a los clientes que desean darse un chapuzón en la playa Conchalío, este se encuentra ubicado en la parte de atrás del parque, también el parque es muy colorido, ya que cuenta con toboganes multicolor, piscinas coloridas, además existe otro ligero problema de la fachada, la falta de vegetación en la zona de descanso y recreativa, la cual cuenta solamente con pasto quemado por los rayos solares.

Diseño de las piscinas

Existen 3 piscinas, una con profundidad de más de 2 metros la que pueden utilizar las personas solo para nadar, otra con profundidad de 1.80 metros con tres toboganes y una para niños con profundidad menor de 1 metro con toboganes y una barril, también se observó que no existe una piscina con una profundidad hasta la cintura, diseñada para personas que no puedan nadar.

Diseño de los toboganes

Existen 3 toboganes elaborados de fibra o acrílico, uno grande, mediano y pequeño, que son bombeados a través de motores que impulsan el agua para que las personas puedan deslizarse, además cuentan con el hecho de que solo se activan en ciertas horas del día, lo cual genera descontento en los vacacionistas.

Kioskos

Los Kioskos se encuentran en buen estado y tienen una ubicación aceptable, estos son utilizados por los turistas para colocar sus pertenencias, pero la mayoría de los clientes se quejan que no son los suficientemente amplios para su utilización, por lo que solo cabe una mesa; además presenta problemas para instalar hamacas y no cuenta con la infraestructura adecuada para poder cambiarse de ropa.

Servicios Sanitarios

El Parque Acuático posee dos servicios sanitarios uno para hombres y otro para mujeres respectivamente, estos se encuentran ubicados cerca de la entrada principal a mano derecha, cabe mencionar que estos se encuentran un poco descuidados, con mal olor porque no existe un aseo constante en las diferentes horas del día, solo son atendidos por los empleados en las primeras horas de la jornada laboral, además están un poco deteriorados por el salitre

Parqueo vehicular

El parqueo del Parque Acuático es bastante amplio, ya que cuenta con dos terrenos aledaños, que juntos tienen la capacidad de albergar hasta 150 vehículos, este se encuentra vigilado por un agente del CAM (cuerpo de Agente Municipal), quién se encargará de cuidar los vehículos de las personas que visitan el centro turístico.

C. ATENCIÓN AL CLIENTE

Comunicación

Al ingresar al parque acuático, la persona encargada de ofrecer los demás servicios disponibles lo hace de una manera amable sin utilizar un tono o palabras que ofendan la integridad de los visitantes, proporcionando a cada una de las personas que ingresa al centro turístico, además puede destacarse la eficiencia de los empleados al momento de proporcionar sus servicios, solo existe un inconveniente que es la saturación de actividades a una persona para procurar la plena satisfacción de los clientes.

Amabilidad o Cortesía

Los empleados del parque fueron amables y corteses al momento de ingresar a las instalaciones, más existió un leve inconveniente al instante que se encuentran saturados de turistas, las personas tienen que desatender su lugar para suplir otras necesidades que surjan al tiempo de que todos los empleados se encuentran realizando alguna actividad

Respeto

Los empleados fueron respetuosos, hasta el momento de la visita no hubo inconvenientes con el trato del personal hacia los visitantes del lugar.

Atención

Los clientes estaban atentos a la clientela, inclusive habían salvavidas supervisando la piscina de niños, el único inconveniente se presenta al momento de abrir los toboganes, debido a que los trabajadores se aglomeran sobre estos, para ubicar fila y supervisar el descenso de los clientes y dejan su puesto de guardavidas por cumplir con otra de sus funciones, por ende puede mencionarse que es el momento más difícil para cada una de las personas que laboran en el Parque Acuático.

D. HIGIENE Y SEGURIDAD

Herramientas adecuadas para los empleados

Los empleados cuentan con las herramientas adecuadas para la realización de sus tareas, lo cual ayuda realizar un mejor desempeño y así contribuir al logro de los objetivos de la institución.

Señalización de las zonas peligrosas

El lugar no cuenta con señalización de las zonas de riesgo, ni rótulos que indiquen la profundidad de las piscinas, ni rutas de evacuación en caso de siniestros

Limpieza

La limpieza del lugar es casi excelente, sino fuese por el poco cuidado que existe en el área de los servicios sanitarios.

Mantenimiento del lugar

Para realizar el mantenimiento de todo el Parque Acuático la administradora del lugar realiza un diagnóstico de las áreas que necesitan algún cambio, mientras se encuentre en sus manos el poder de ejecución, tales como: pintura, limpieza del lugar, aseo de las piscinas, entre otros, todo eso con el fin de garantizar la plena satisfacción de cada una de las personas que visitan el Parque Acuático.

Seguridad o Vigilancia

En el parque había dos agentes del CAM ubicados por la alcaldía, una en la entrada del parque acuático y otro dentro de las instalaciones, observando que no hubiese conflictos entre los mismos visitantes, se considera una zona segura, pero se observa la necesidad de implementar herramientas como cámaras para proporcionar un mejor servicio a la seguridad e integridad de los servicios y los clientes.

Ubicación

El Parque Acuático se encuentra en una zona muy accesible para los turistas, ya que está ubicado junto a la terminal de buses de la ruta 102 que hace su recorrido desde el puerto La Libertad a San Salvador, además se considera como una de las zonas donde existe un bajo índice de actos delictivos.

ANEXO No. 7

Manual de Análisis y

Descripción de Puestos



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

INFORMACIÓN DEL PUESTO

Nombre del Puesto: Gerente General

Cantidad de personas para el puesto: 1

Departamento o Área: Administración

Denominación de Puesto Superior inmediato: Concejo Municipal.

Salario: \$ 500.00

Días laborables: Martes – Domingo.

Horarios de Trabajo: 8:00 am - 5:00 pm

Tipo de plaza: Permanente.

OBJETIVO DEL PUESTO

Ejecutar labores administrativas tales como asignar, dirigir, coordinar, supervisar y controlar, de tal manera que contribuya al buen funcionamiento y rentabilidad del Parque Acuático.

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Se requiere trabajo con independencia siguiendo las políticas, objetivos del Parque Acuático entre otros. Su labor es evaluada mediante el análisis de los informes presentados a la municipalidad, los aportes originales a su trabajo, la eficiencia y eficacia obtenidas en el cumplimiento de los objetivos y programas asignados a la dependencia a su cargo, también por su capacidad para dirigir y supervisar al personal subalterno. Le corresponde asignar, coordinar, supervisar y controlar el trabajo de todo el personal del Centro Turístico, por lo que es responsable por el eficaz y eficiente cumplimiento de las actividades asignadas a ellos.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Descripción de funciones diarias

- Realizar informes de las acciones administrativas, financieras y contables del Parque Acuático, así como de la correcta utilización de los recursos materiales, humanos, técnicos y financieros.
- Recibir documentos y proceder a autorizar la emisión de tickets correspondientes a los turistas



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



- Llevar controles privados sobre las diferentes actividades bajo su responsabilidad, mediante el uso de sistemas manuales y electrónicos.
- Asesorar, instruir y orientar al personal a su cargo en lo referente a la aplicación de los diversos instrumentos utilizados en el desarrollo de sus labores.

Descripción de funciones periódicas

- Asistir a reuniones con superiores, compañeros y subalternos con el fin de coordinar actividades, mejorar métodos y procedimientos de trabajo, analizar y resolver problemas que se presenten en el desarrollo de las labores, evaluar programas, actualizar conocimientos, definir situaciones y proponer cambios, ajustes y soluciones diversas.
- Implementar descuentos especiales y promociones a los turistas durante las temporadas vacacionales.
- Realizar otras tareas propias del puesto.

Descripción de funciones eventuales

- Nombrar un encargado del Parque Acuático en caso de ausencia
- Verificar los precios y promociones de los diferentes centros turísticos del departamento de La Libertad, con el objetivo de hacer mejoras continuamente.
- Otras funciones requeridas por parte del Concejo Municipal

CONSECUENCIA DEL ERROR

Los errores cometidos pueden causar pérdidas, daños o atrasos de consideración por lo que las actividades deben ser realizadas con sumo esmero y precisión.

REQUISITOS DEL PUESTO

Nivel académico: Licenciado en Administración de Empresas o carreras afines.

Edad: Entre 30 y 45 años

Cursos o estudios realizados para el puesto: Administración de Personal

Habilidades:

- ✓ Manejo de programas informáticos (Word, Excel, Power Point, entre otros)
- ✓ Habilidad mental, liderazgo e iniciativa para resolver problemas



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



- ✓ Capacidad para trabajar en equipo
- ✓ Capacidad para redactar, analizar y negociar
- ✓ Excelentes relaciones personales
- ✓ Analizar situaciones y tomar decisiones.
- ✓ Flexible y con alta disposición a los cambios
- ✓ Don de mando

Años de Experiencia:

- ✓ Dos años relacionados con la actividad del puesto.
- ✓ Un año de experiencia en labores de supervisión de personal.

Características personales requeridas:

- ✓ Sociable
- ✓ Dinámico
- ✓ Responsable
- ✓ Honesto
- ✓ Trabajador
- ✓ Creativo

Competencias requeridas:

- ✓ Conocimientos básicos de Informática
- ✓ Conocimientos de ley AFI, UACI y Código de Trabajo
- ✓ Conocimientos básicos de idioma Ingles

RESPONSABILIDADES

- a. **Supervisión ejercida sobre:** Puestos de Área de Finanzas, Operaciones, Mantenimiento y Mercadeo.
- b. **Número de personas bajo supervisión:** Todo el personal del Parque Acuático
- c. **Supervisión recibida por:** Concejo Municipal de la Alcaldía de La Libertad
- d. **Poder de decisión ejercido sobre:** Puestos de área de finanzas, operaciones, mantenimiento y mercadeo
- e. **Equipo:** Computadora.



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



- f. **Responsabilidad por manejo de valores:** Todo el parque Acuático.
- g. **Responsable del proceso de:** Mercadeo, Mantenimiento, Finanzas y Operaciones.
- h. **Manejo de información confidencial:**
 - ✓ Información respecto a los ingresos y egresos del parque acuático.
 - ✓ Documentos confidenciales de las actividades realizadas por la gestión del parque Acuático.
- i. **Contactos con el puesto:**
 - Externa:** Teléfono, E-Mail, Mensajes, entre otros.
 - Interna:** Verbalmente.

AUTORIZACIÓN DEL PERFIL DE PUESTO

f. _____

Nombre de la Persona

Gerente General de la Alcaldía Municipal La Libertad



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

INFORMACIÓN DEL PUESTO

Nombre del Puesto: Cajero

Cantidad de personas para el puesto: 1

Departamento o Área: Finanzas

Denominación de Puesto Superior inmediato: Gerente General.

Salario: \$ 251.71

Días laborables: Martes – Domingo.

Horarios de Trabajo: 8:00 am - 5:00 pm

Tipo de plaza: Permanente.

OBJETIVO DEL PUESTO

Ejecutar labores relacionadas con el manejo, custodia y recaudación de ingresos del Parque Acuático municipal Playa Conchalío.

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Laborar en las actividades respectivas de caja, llevando su propio control interno de los ingresos percibidos y tickets emitidos diariamente así como su respectiva documentación de tal forma que esté disponible en el momento oportuno que sea requerida por la administración.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Descripción de funciones diarias

- Realizar la apertura y cierre diario de la caja a su cargo.
- Recibir dinero por entradas al Parque Acuático y emitir documentos por ingresos o egresos diversos e incluir la información en el sistema automatizado existente.
- Realizar otras labores afines al cargo.

Descripción de funciones periódicas

- Asistir a reuniones requeridas por la gerencia para mejorar métodos y procedimientos de trabajo.



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



- Trabajar más de la jornada laboral durante las temporadas vacacionales o cuando la gerencia lo requiera.
- Realizar y entregar a la administración un informe semanal de los ingresos percibidos.

Descripción de funciones eventuales

- Abrir las instalaciones del Parque acuático en caso de ausencia del Gerente.
- Otras funciones requeridas por parte de la gerencia.

CONSECUENCIA DEL ERROR

Los errores cometidos durante el desempeño del puesto, pueden ocasionar pérdidas económicas de gran consideración al Parque Acuático.

REQUISITOS DEL PUESTO

Nivel académico: Bachiller contador o estudiante universitario de contaduría pública.

Edad: Entre 18 a 35 años

Habilidades:

- ✓ Manejo de programas informáticos (Word, Excel, Power Point , entre otros)
- ✓ Capacidad para trabajar en equipo
- ✓ Excelentes relaciones personales
- ✓ Flexible y con alta disposición a los cambios
- ✓ Manejo de Contómetro
- ✓ Habilidad para realizar cálculos aritméticos

Años de Experiencia:

- ✓ Un año de experiencia como cajero (No indispensable).

Características personales requeridas:

- ✓ Discreto
- ✓ Amable
- ✓ Responsable
- ✓ Honesto
- ✓ Trabajador



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



Competencias requeridas:

- ✓ Conocimientos básicos de Informática
- ✓ Conocimientos básicos de contabilidad
- ✓ Conocimientos básicos de idioma Ingles

RESPONSABILIDADES

- a. **Supervisión ejercida sobre:** No ejerce supervisión sobre el personal.
- b. **Número de personas bajo supervisión:** Ninguna
- c. **Supervisión recibida por:** Gerente General
- d. **Poder de decisión ejercido sobre:** ningún puesto
- e. **Equipo:** Computadora.
- f. **Responsabilidad por manejo de valores:** Dinero en caja.
- g. **Responsable del proceso de:** Finanzas.
- h. **Manejo de información confidencial:**
 - ✓ Información respecto a los ingresos y egresos del parque acuático.
 - ✓ Documentos confidenciales de las actividades realizadas por la gestión del parque Acuático.
- i. **Contactos con el puesto:**
 - Externa:** Teléfono, E-Mail, Mensajes, entre otros.
 - Interna:** Verbalmente.

AUTORIZACIÓN DEL PERFIL DE PUESTO

f. _____

Nombre de la Persona

Gerente General de la Alcaldía Municipal La Libertad



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

INFORMACIÓN DEL PUESTO

Nombre del Puesto: Ordenanza

Cantidad de personas para el puesto: 2

Departamento o Área: Operaciones

Denominación de Puesto Superior inmediato: Gerente General.

Salario: \$ 251.71

Días laborables: Martes – Domingo.

Horarios de Trabajo: 8:00 am - 5:00 pm

Tipo de plaza: Permanente.

OBJETIVO DEL PUESTO

Ejecutar y supervisar labores variadas y difíciles, de limpieza y otras afines en todas las áreas del Parque Acuático Municipal Playa Conchalí.

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Realizar actividades de limpieza en todo el Centro Turístico y mantener una supervisión continua, así como colaborar con las distintas áreas y jefatura en servicios generales cuando estas lo requieran.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Descripción de funciones diarias

- Velar por el buen estado, uso y limpieza del equipo de trabajo que utiliza el personal del Parque Acuático.
- Inspeccionar continuamente todas las áreas a su cargo con el propósito de observar de que todo esté limpio y en orden.
- Brindar información al turista sobre la ubicación de servicios y oficinas, localización del jefe y suministrar otros datos informativos variados.
- Elaborar diferentes informes sobre la actividad desarrollada y necesidades a subsanar para llevar a cabo un buen trabajo.



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



Descripción de funciones periódicas

- Asistir a reuniones con superiores y compañeros con el fin de coordinar actividades, mejorar métodos y procedimientos de trabajo, analizar y resolver problemas que se presenten en el desarrollo de las labores.
- Llevar a cabo planes de limpieza general
- Realizar otras tareas propias del puesto.

Descripción de funciones eventuales

- Colaborar en actividades de publicidad del Parque Acuático en temporada vacacional.
- Otras funciones requeridas por parte de la administración.

CONSECUENCIA DEL ERROR

Los errores cometidos pueden causar pérdidas, daños o atrasos de cierta consideración y poner en peligro la integridad física de compañeros y turistas, por lo que las labores deben realizarse con sumo cuidado y precisión.

REQUISITOS DEL PUESTO

Nivel académico: noveno grado.

Edad: Entre 18 y 40 años

Habilidades:

- ✓ Manejo de objetos de limpieza
- ✓ Iniciativa y liderazgo para resolver problemas
- ✓ Capacidad para trabajar en equipo
- ✓ Excelentes relaciones personales
- ✓ Flexible y con alta disposición a los cambios

Años de Experiencia:

- ✓ Un año en puestos afines (no indispensable)

Características personales requeridas:

- ✓ Sociable
- ✓ Discreto



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



- ✓ Amable
- ✓ Dinámico
- ✓ Responsable
- ✓ Honesto
- ✓ Trabajador
- ✓ Creativo

Competencias requeridas:

- ✓ Conocimientos de objetos de limpieza (No indispensable)

RESPONSABILIDADES

- a. **Supervisión ejercida sobre:** No ejerce supervisión sobre el personal.
- b. **Número de personas bajo supervisión:** Ninguna
- c. **Supervisión recibida por:** Gerente General
- d. **Poder de decisión ejercido sobre:** Ningún Puesto.
- e. **Equipo:** Objetos de limpieza.
- f. **Responsabilidad por manejo de valores:** Objetos de limpieza.
- g. **Responsable del proceso de:** Operaciones.
- h. **Manejo de información confidencial:** Ninguna
- i. **Contactos con el puesto:**
 - Externa:** Teléfono, E-Mail, Mensajes, entre otros.
 - Interna:** Verbalmente.

AUTORIZACIÓN DEL PERFIL DE PUESTO

f. _____

Nombre de la Persona

Gerente General de la Alcaldía Municipal La Libertad



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

INFORMACIÓN DEL PUESTO

Nombre del Puesto: Salvavidas

Cantidad de personas para el puesto: 3

Departamento o Área: Operaciones

Denominación del Puesto Inmediato: Gerente

Salario: \$251.71

Días laborables: Martes – Domingo.

Horarios de Trabajo: 8:00 am - 5:00 pm

Tipo de plaza: Permanente.

OBJETIVO DEL PUESTO

Vigilar, prevenir y atender a los turistas proporcionando una respuesta inmediata de rescate y primero auxilios a las personas que se encuentren en riesgo, dentro o fuera del agua en la zona de vigilancia (piscina asignada).

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Salvaguardar cada una de las vidas de las personas que departen al interior de las piscinas en el centro turístico.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Funciones Específicas del Puesto

- Velar por la protección y seguridad de los turistas desde cualquier punto de la piscina.
- No permitir el ingresos de las personas después de haber ingerido alimentos
- Vigilar el uso correcto de las instalaciones dentro de la piscina
- Cuidar la vida de las personas que hacen uso de las piscinas
- Efectuar labores preventivas en relación a las personas que utilizan la piscina

Descripción de funciones diaria

- El salvavidas deberá ser identificado como tal en todo momento
- Mantener limpia la piscina, cepillando los bordes y aspirando el fondo de la misma.



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



- Permanecer en un lugar que posea visibilidad de todo el perímetro de la piscina
- Realizar rescates y pronta respuesta haciendo uso de primeros auxilios a las personas que se encuentren en riesgo.
- Mantener ordenada y limpia las zonas comunes
- Dar indicaciones a las personas antes del ingreso
- Proporcionar un servicio de respeto y amabilidad a las personas que visitan el centro turístico.

Descripción de funciones periódicas

- Permanecer disponible a la administración del parque Acuático
- Llevar a cabo otras actividades que le sean asignadas

Descripción de funciones eventuales

- Impartir clases de natación u otras actividades a grupos de jóvenes de las diferentes instituciones del municipio, siempre con la autorización del administradora del centro turístico.

CONSECUENCIA DE ERROR

El descuido podría ser uno de los errores cometidos que podrían causar la pérdida de una persona que hace uso de las piscinas, por consecuencia el centro turístico podría ser clausurado.

REQUISITOS DEL PUESTO

- Nivel Académico: Educación Básica
- Edad: 20 años
- Cursos o estudios realizados para el puesto:
 - ✓ En área de salvavidas o técnicas de reanimación }

Habilidades:

- ✓ Nadar Bien
- ✓ Buen físico y fuerza para poder trabajar en emergencias
- ✓ Cualidades de liderazgo
- ✓ Habilidades de toma de decisiones
- ✓ Conocer técnicas para salvar vidas, entre otras.



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



- d. Experiencia:
 - ✓ Un año como mínimo en cargos afines
- e. Características personales requeridas:
 - ✓ Respetuoso
 - ✓ Responsable
 - ✓ Proactivo
 - ✓ Sociable
- f. Competencias requeridas:
 - ✓ Orientado al logro
 - ✓ Trabajo en equipo
 - ✓ Comunicación efectiva
 - ✓ Flexibilidad de horarios
 - ✓ Entre otras actividades que el Gerente disponga.

RESPONSABILIDADES

- a. **Supervisión ejercida sobre:** Operaciones
- b. **Número de personas bajo supervisión:** Ninguna
- c. **Supervisión recibida por:** Administrador del parque
- d. **Poder de decisión ejercido sobre:** Ninguna Persona
- e. **Equipo:** Silbato, Neumático salvavidas,
- f. **Responsabilidad por manejo de valores:** Ninguno
- g. **Responsable del proceso de:**
- h. **Manejo de información confidencial:** Ninguna
- i. **Contactos con el puesto:**
 - Externa:** Teléfono, Mensajes, entre otros.
 - Interna:** Verbalmente.

AUTORIZACIÓN DEL PERFIL DE PUESTO

f. _____

Nombre de la Persona

Gerente General de la Alcaldía Municipal La Libertad



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

INFORMACIÓN DEL PUESTO

Nombre del Puesto: Servicio al cliente.

Cantidad de personas para el puesto: 3

Departamento o Área: Operaciones.

Denominación de puesto superior inmediato: Gerente.

Salario: \$251.71

Días laborables: Martes – Domingo.

Horarios de Trabajo: 8:00 am ~ 5:00 pm

Tipo de plaza: Permanente.

OBJETIVO DEL PUESTO

Ofrecer el mejor servicio a los clientes del parque acuático, y brindar los servicios de alquiler de hamacas, flotadores, mesas, sillas y cabañas.

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Encargarse del alquiler de los servicios, verificar el correcto uso de los bienes alquilados, Ensamblaje y armado de muebles para los visitantes del parque.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Descripción de funciones diaria

- Proporcionar la información a los turistas
- Ayudar a los clientes con los servicios que se ofrecen
- Brindar un servicio con excelencia
- Alquilar los bienes de servicio.
- Alquilar los inflables
- Ensamblar los bienes alquilados para los clientes.
- Comprobar el correcto uso de los bienes alquilados.
- Encender motores del tobogán de agua.
- Supervisar el correcto uso del tobogán.
- Comprobar y canjear boleta de bienes alquilados



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



- Garantizar la plena satisfacción de los clientes del parque Acuático
- Mantener limpias las instalaciones del Parque Acuático

Descripción de funciones periódicas

- Dar Mantenimiento a bienes de alquiler.
- Llevar inventario de los bienes de alquiler.
- Proporcionar la información de los servicios que ofrece el parque
- Presentarle las promociones o paquetes existentes para los grupos familiares o instituciones
- Ayudar en vigilancia de los toboganes cuando estos estén activos en los horarios establecidos
- Colaborar con la limpieza del lugar en momentos cuando lo requiera el administrador del parque

Descripción de funciones eventuales

- Reparar bienes de alquiler.
- Auxiliar en campañas de promoción y publicidad.
- Colaborar con la distribución de publicidad en las temporadas vacacionales
- Otras que le asigne su jefe inmediato

CONSECUENCIAS DEL ERROR

Las consecuencias de omitir actividades o no desempeñarlas de una manera correcta pueden ocasionar descontento por parte de los clientes respecto a la atención al cliente en el parque acuático, causar daño o pérdidas de propiedades o instalaciones del parque acuático y disminución en la cantidad de visitas debido a la mala impresión causada en los visitantes.

REQUISITOS DEL PUESTO

- a. Educación básica: Bachiller General
- b. Edad: Mayor de 18 años
- c. Habilidades
 - Buena destreza física.
 - Capacidad de trabajo en equipo.
 - Capacidad de controlar situaciones complicadas.



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



- Excelente comunicador.
 - Analizar situaciones y tomar decisiones.
 - Flexible y con alta disposición a los cambios.
 - Manejo de buenas relaciones humanas.
- d. Años de Experiencia: No necesaria.
- e. Características personales requeridas
- Creativo.
 - Carismático.
 - Honesto.
 - Responsable.
 - Buenas relaciones interpersonales.
- f. Competencias requeridas: Ninguna en específico.

RESPONSABILIDADES

- a. **Supervisión ejercida sobre:** Ninguno.
- b. **Número de personas bajo supervisión:** 0
- c. **Supervisión recibida por:** Ninguno
- d. **Poder de decisión ejercido sobre:** Ninguno.
- e. **Equipo:** Equipos de alquiler del parque acuático.
- f. **Responsabilidad por manejo de valores:** Ninguno.
- g. **Responsable del proceso de:** Operaciones.
- h. **Manejo de información confidencial:**
 - i. Estado de inventario de materiales alquilados.
- i. **Contactos con el puestos:**
 - Externa:** Teléfono, E-Mail, Mensajes, entre otros.
 - Interna:** Verbalmente.

AUTORIZACIÓN DEL PERFIL DE PUESTO

f. _____

Nombre de la Persona

Gerente General de la Alcaldía Municipal La Libertad



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

INFORMACIÓN DEL PUESTO

Nombre del Puesto Mantenimiento de Instalaciones

Cantidad de personas para el puesto: 2

Departamento o Área: Operaciones

Denominación de Puesto Superior Inmediato: Gerente

Salario: \$251.71

Días laborables: Martes – Domingo.

Horarios de Trabajo: 8:00 am - 5:00 pm

Tipo de plaza: Permanente.

OBJETIVO DEL PUESTO

Identificar y resolver cada una de las necesidades que se presenten en las instalaciones del Parque Acuático para brindar un servicio que satisfaga las necesidades de los turistas.

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Identificar y mantener las instalaciones del Parque Acuático en óptimas condiciones al público en general, con el fin de garantizar un excelente servicio y satisfacción de cada uno de los visitantes para adquirir mayor posicionamiento en el mercado turístico.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Funciones Específicas del Puesto

- Limpiar, aspirar y colocar los químicos a las piscinas
- Proporcionarle mantenimiento a las bombas de los toboganes
- Reparar las instalaciones eléctricas y alcantarillado del Parque Acuático
- Elaboración de reportes de notificación de las necesidades y problemas que se encuentren al interior del Parque Acuático.

Descripción de funciones diaria

- Limpiar, aspirar y aplicar los químicos a las piscinas cada dos días.
- Supervisar los sanitarios, piscinas, kioscos y los demás alrededores de las instalaciones del Parque Acuático.



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



- Entregar un reporte a la administradora del Parque, con el objetivo de mantener la infraestructura en óptimas condiciones para el público en general.
- Entre otras que la administración requiera.

Descripción de funciones periódicas

- Inspeccionar cada ocho días los filtros de las piscinas y las tuberías de agua
- Colocar cada ocho días pastilla de cloro en la tubería de agua para las duchas
- Limpiar los toboganes y verificar si no existe ningún problema
- Verificar cada 15 días el funcionamiento de las bombas y motores que impulsan el agua en los toboganes.
- Cambiar el agua de las piscinas cada dos meses o según sea la necesidad
- Pintar cada tres meses todas las estructuras metálicas que presenten corrosión por el moho

Descripción de funciones eventuales

- Realizar un diagnóstico a las instalaciones eléctricas
- Llamar a la empresa encargada del mantenimiento de los toboganes cada seis meses.

CONSECUENCIA DE ERROR

Los errores cometidos pueden causar pérdidas, daños o atrasos de cierta consideración y poner en peligro la integridad física de compañeros y turistas, por lo que las labores deben realizarse con sumo cuidado y precisión.

REQUISITOS DEL PUESTO

- Nivel Académico: Técnico Bachiller Industrial
- Edad: Mayor de 20 años
- Cursos o estudios realizados para el puesto:
 - ✓ Cursos de Fontanería
 - ✓ Electrónica
 - ✓ Entre otros
- Habilidades:
 - ✓ Capacidad de Trabajo en Equipo



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



- ✓ Manejo de herramientas
 - ✓ Flexible y abierto a nuevas ideas
 - ✓ Colaborador
- e. Años de Experiencia: un año mínimo
- f. Características personales requeridas:
- ✓ Amable
 - ✓ Creativo
 - ✓ Responsable,
 - ✓ Respetuoso
 - ✓ Buenas relaciones interpersonales
 - ✓ Dinámico
- g. Competencias requeridas:
- ✓ Colaborador
 - ✓ Proactivo
 - ✓ Sociable
 - ✓ Trabajo en equipo

RESPONSABILIDADES

- a. **Supervisión ejercida sobre:** Operaciones
 - b. **Número de personas bajo supervisión:** Ninguna
 - c. **Supervisión recibida por:** Administrador del parque
 - d. **Poder de decisión ejercido sobre:** Ninguna Persona
 - e. **Equipo:** Herramientas (desarmadores, maquinaria, pinzas, tijeras, etc.), químicos, entre otros.
 - f. **Responsabilidad por manejo de valores:** Ninguno
 - g. **Responsable del proceso de:**
 - h. **Manejo de información confidencial:** Ninguna
 - i. **Contactos con el puesto:**
- Externa:** Teléfono, Mensajes, entre otros.
- Interna:** Verbalmente.

AUTORIZACIÓN DEL PERFIL DE PUESTO

f. _____

Nombre de la Persona

Gerente General de la Alcaldía Municipal La Libertad



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

INFORMACIÓN DEL PUESTO

Nombre del Puesto: Jardinero

Cantidad de personas para el puesto: 1

Departamento o Área: Mantenimiento

Denominación de Puesto Superior inmediato: Gerente General.

Salario: \$ 251.71

Días laborables: Martes – Domingo.

Horarios de Trabajo: 8:00 am - 5:00 pm

Tipo de plaza: Permanente.

OBJETIVO DEL PUESTO

Ejecutar labores relacionadas con la siembra, poda y fertilización de árboles y plantas; así como el mantenimiento de las áreas verdes del Parque Acuático Municipal Playa Conchalío.

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Se requiere trabajo con independencia siguiendo los lineamientos, objetivos del Parque Acuático entre otros. Su labor principal es la siembra, poda, riego de plantas y césped y su respectivo cuidado con el fin de mejorar periódicamente la imagen del Centro Turístico.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Descripción de funciones diarias

- Regar las plantas y el césped.
- Verificar que los trabajadores y turistas cuiden de las plantas.
- Llevar controles privados sobre las diferentes actividades bajo su responsabilidad, mediante el uso de sistemas manuales.

Descripción de funciones periódicas

- Comprar, sembrar, abonar y podar el césped y arboles
- Realizar una lista de compras de los insumos necesarios para llevar a cabo sus labores.
- Cotizar los precios de las plantas en diferentes viveros.



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



Descripción de funciones eventuales

- Colaborar en actividades de publicidad del Parque Acuático en temporada vacacional.
- Otras funciones requeridas por parte de la Gerencia

CONSECUENCIA DEL ERROR

Los errores cometidos pueden causar pérdidas, daños o atrasos de consideración, los cuales pueden ser advertidos y corregidos en el curso normal del trabajo.

REQUISITOS DEL PUESTO

Nivel académico: sexto grado como mínimo.

Edad: Entre 30 y 50 años

Habilidades:

- ✓ Manejo de herramientas agrícolas
- ✓ Capacidad para trabajar en equipo
- ✓ Excelentes relaciones personales
- ✓ Flexible y con alta disposición a los cambios
- ✓ Excelente comunicador

Años de Experiencia:

- ✓ Un año como jardinero o trabajos relacionados con el cuidado de plantas.

Características personales requeridas:

- ✓ Sociable
- ✓ Responsable
- ✓ Honesto
- ✓ Trabajador
- ✓ Creativo



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



Competencias requeridas:

- ✓ Conocimientos básicos de siembra y cuidado de plantas.
- ✓ Conocimientos de Fertilizantes y abonos para vivero.
- ✓ Conocimientos de las distintas clases y precios de plantas, tiempo de crecimiento entre otros.

RESPONSABILIDADES

- a. **Supervisión ejercida sobre:** No le corresponde ejercer supervisión alguna.
- b. **Número de personas bajo supervisión:** ninguna
- c. **Supervisión recibida por:** Gerente General
- d. **Poder de decisión ejercido sobre:** Ningún puesto
- e. **Equipo:** Herramientas agrícolas.
- f. **Responsabilidad por manejo de valores:** ninguna
- g. **Responsable del proceso de:** Mantenimiento
- h. **Manejo de información confidencial:** Ninguna
- i. **Contactos con el puesto:**
 - Externa:** Teléfono, E-Mail, Mensajes, entre otros.
 - Interna:** Verbalmente.

AUTORIZACIÓN DEL PERFIL DE PUESTO

f. _____

Nombre de la Persona

Gerente General de la Alcaldía Municipal La Libertad



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

INFORMACIÓN DEL PUESTO

Nombre del Puesto: Encargado de promoción y publicidad.

Cantidad de personas para el puesto: 1

Departamento o Área: Mercadeo.

Denominación de puesto superior inmediato: Gerente.

Salario: \$300.00

Días laborables: Martes – Domingo.

Horarios de Trabajo: 8:00 am - 5:00 pm

Tipo de plaza: Permanente.

OBJETIVO DEL PUESTO

Agilizar las actividades y tareas encomendadas a la administración el parque acuático, así como asegurar el éxito de las operaciones efectuadas en el parque acuático municipal.

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Auxiliar en las actividades respectivas del puesto de administración, como promoción y publicidad del parque acuático, el respectivo respaldo de la documentación ingrese y otros que sean necesarios.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Descripción de funciones diaria

- Archivar documentación obtenida a partir de las actividades del parque acuático.
- Almacenar fondos de ingresos del parque acuático.

Descripción de funciones periódicas

- Coordinar los planes de promoción y publicidad
- Cotizar afiches, pancartas y otras herramientas necesarias para la correcta promoción del parque.
- Establecer las respectivas rutas de promoción y publicidad.
- Realizar informe resumen para la Alcaldía de los eventos ocurridos en el parque acuático.

Descripción de funciones eventuales

- Coordinar a los trabajadores en caso de ausencia de Administrador.
- Otras que le asigne su jefe inmediato



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



CONSECUENCIAS DEL ERROR

Las consecuencias de omitir actividades o no desempeñarlas de una manera correcta pueden ocasionar disminuciones considerables en las visitas que recibe el parque, viéndose afectado de manera más directa en los ingresos económicos; así también puede ocasionar descoordinación de las actividades que se desarrollan en el parque acuático, pudiendo desencadenar en insatisfacción respecto a la experiencia de los clientes del parque acuático, así como daño a las propiedades e instalaciones del centro turístico.

REQUISITOS DEL PUESTO

- a. Educación básica: Bachiller General
- b. Edad: Mayor de 18 años
- c. Habilidades
 - ✓ Manejo de computadora.
 - ✓ Manejo de Contómetro
 - ✓ Capacidad de Liderazgo.
 - ✓ Capacidad de trabajo en equipo.
 - ✓ Capacidad de análisis.
 - ✓ Excelente comunicador.
 - ✓ Analizar situaciones y tomar decisiones.
 - ✓ Flexible y con alta disposición a los cambios.
 - ✓ Manejo de buenas relaciones humanas.
- d. Años de Experiencia: No necesaria.
- e. Características personales requeridas
 - ✓ Creativo.
 - ✓ Honesto.
 - ✓ Responsable.
 - ✓ Buenas relaciones interpersonales.
- f. Competencias requeridas
- g. Conocimientos de computación
- h. Conocimientos de ley de AFI



PERFILES DEL MANUAL DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS



RESPONSABILIDADES

- a. **Supervisión ejercida sobre:** Puestos de Área operativa, financiera y Mantenimiento.
- b. **Número de personas bajo supervisión:** Mas de 10
- c. **Supervisión recibida por:** Administrador del parque
- d. **Poder de decisión ejercido sobre:** Puestos de Área Operativa, financiera y mantenimiento.
- e. **Equipo:** Computadora.
- f. **Responsabilidad por manejo de valores:** Caja chica.
- g. **Responsable del proceso de:** Mercadeo, Finanzas y Operaciones.
- h. **Manejo de información confidencial:**
 - ✓ Información respecto a los ingresos y egresos del parque acuático.
 - ✓ Documentos confidenciales de las actividades realizadas por la gestión del parque Acuático.
- i. **Contactos con el puestos:**
 - Externa:** Teléfono, E-Mail, Mensajes, entre otros.
 - Interna:** Verbalmente.

AUTORIZACIÓN DEL PERFIL DE PUESTO

f. _____

Nombre de la Persona

Gerente General de la Alcaldía Municipal La Libertad

ANEXO No. 8
Medios Publicitarios

Anexo No. 8.1 Propuesta de Brochure (Anverso)





Quiénes somos?

Somos un lugar de esparcimiento y recreación familiar para disfrutar a lo grande y salir de la rutina.

MISIÓN

Ser un parque acuático dedicado a crear experiencias únicas a través de la diversión, adrenalina y descanso a los visitantes nacionales e internacionales, en un ambiente confortable y seguro que contribuya a la convivencia entre amigos y familiares.

VISIÓN

Ser el mejor parque acuático municipal en brindar esparcimiento y recreación a los visitantes nacionales e internacionales, por medio de la calidad, variabilidad y excelencia en la atención al cliente.

SERVICIOS

ENTRADA	PRECIOS
Porteños	\$ 1.50
Turistas	\$ 3.00
Niños menores de 10 años	\$ 1.00

Nota: Tercera edad entrada gratuita.

ALQUILERES	PRECIOS
Hamacas	\$ 1.00
Kioscos	\$ 5.00
Inflables	\$ 1.00
Mesa y Sillas	\$ 3.00

Horarios

Visítanos
Martes a Domingo
8:00 am a 5:00 pm



Anexo No. 8.2 Propuesta de Afiche

Parque Acuático Municipal
Playa Conchalio

Visítanos:
Martes a Domingo
8:00 a.m. hasta 5:00 p.m.

Tarifas:

<i>Kiosko \$5.00</i>	<i>Niños \$1.00 (Menores de 10 años)</i>
<i>Hamacas \$1.00</i>	<i>Porteños \$1.50</i>
<i>Inflable \$1.00 (mañana y tarde)</i>	<i>Turistas \$3.00</i>
<i>Sillas y mesas \$3.00</i>	<i>Tercera edad Gratis</i>

*Km 36 1/2 Carretera Litoral atrás de terminal
de Buses 102 Playa Conchalio*

Anexo No. 8.3 Propuesta de Vallas Publicitarias No. 1



UN LUGAR PARA DISFRUTAR
AL MAXIMO CON
LA FAMILIA Y AMIGOS

Parque Acuático Municipal
Playa Conchalio

*Visítanos:
Martes a Domingo
8:00 a.m. hasta 5:00 p.m.*

*Km 36 1/2 Carretera Litoral
atras de terminal de Buses 102 Playa Conchalio*

Anexo No. 8.4 Valla Publicitaria No. 2



UN LUGAR PARA DISFRUTAR
AL MÁXIMO CON
LA FAMILIA Y AMIGOS

Visítanos:
Martes a Domingo
8:00 a.m. hasta 5:00 p.m.

Km 36 1/2 Carretera Litoral atrás de terminal de Buses 102 Playa Conchalio

The advertisement is a collage of three images. The left image shows three people on a pink inflatable raft sliding down a blue slide. The middle image shows a pool area with several slides (white, blue, yellow) and people swimming. The right image shows a large water play area with a yellow slide, a red umbrella, and many people playing in the water. The text is overlaid on the collage.

Anexo No. 8.5 Anuncios en Internet o Fan Page

The image shows a screenshot of a Facebook fan page for 'Parque Acuático Municipal Playa Conchalío'. The browser address bar shows the URL: <https://www.facebook.com/Parque-Acuático-Municipal-Playa-Conchalío-951243764967771/?fref=ts>. The page header includes the name 'Parque Acuático Municipal Playa Conchalío', a search bar, and user information for 'Karen Inicio 1'. Navigation tabs include 'Página', 'Mensajes', 'Notificaciones', 'Herramientas de publicación', 'Configuración', and 'Ayuda'. The main content area features a large banner with a family on a water slide. The banner text reads: 'Un Lugar para Disfrutar al Máximo con la Familia y Amigos!', 'Visítanos: Martes a Domingo 8:00 a.m. hasta 5:00 p.m.', and 'Parque Acuático Municipal Playa Conchalío'. Below the banner, it says 'Deportes/recreación/actividades · Agrega una categoría' and 'Km 36 1/2 Carretera Litoral atraves de terminal de Buses 102 Playa Conchalío'. A 'Crear llamada a la acción' button is visible. The right sidebar shows 'Promocionar', 'Reciente 2015', and 'Ve tu anuncio aquí'. The bottom navigation bar includes 'Biografía', 'Información', 'Fotos', 'Opiniones', 'Más', 'Me gusta', and 'Chat (desactivado)'. The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the date '10/11/2015' and time '07:41 p.m.'.

ANEXO No. 9

**Pronóstico de Visitas y Servicios del
Parque Acuático años 2016 - 2017**

ANEXO No. 9

PRONÓSTICO DE VISITAS DEL PARQUE ACUÁTICO

ANEXO 9.1 - DATOS HISTÓRICOS

Los datos históricos son cifras relacionadas con las visitas realizadas en el Parque Acuático, en el transcurso del año 2015, que se tomaran como base para la elaboración de los pronósticos, con el objetivo de conocer los ingresos esperados en los años 2016 - 2017.

TABLA 1 - DATOS HISTÓRICOS DE VISITANTES EN EL PARQUE ACUÁTICO

Concepto	2015												SUBTOTAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Subtotal pronóstico año
VISITANTES													
Turistas			578	1232	156	310	457	951	334	165	182	273	4638
Niños			360	2027	198	220	234	485	208	217	239	359	4547
Porteños			558	2038	589	479	506	817	350	155	171	257	5920
TOTAL			1496	5297	943	1009	1197	2253	892	537	592	889	15105

TABLA 2 – DATOS HISTÓRICOS DE DEMANDA DE SERVICIOS DEL PARQUE ACUÁTICO

Concepto	2015												SUBTOTAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Subtotal pronóstico año
Hamacas	0	0	72	335	86	59	90	216	103	51	56	84	1152
Inflables	0	0	204	535	97	159	157	327	119	37	41	62	1738
Kioscos	0	0	47	98	8	10	21	118	48	38	42	63	493

Las cifras de la Tabla 1 de los clientes expresadas en número de visitas y Tabla 2 demandas de servicios detallados en cantidad de alquileres al Parque Acuático Playa Conchalí corresponden a los meses desde Marzo hasta octubre.

Los meses de Noviembre y diciembre son datos proyectados y basados en criterios de la gerencia. Los incrementos responden a la estacionalidad de la época.

Las categorías que integran el concepto general de visitantes y demanda de servicios esta presentada de la manera en que son llevadas por la administración:

- 1) El mes de noviembre presenta un incremento del 10% en las visitas y servicios, con respecto al mes de octubre
- 2) Diciembre tendrá 50% de incremento de visitas y demanda de servicios con respecto al anterior mes Noviembre.

ANEXO 9.2 - PRONÓSTICO DE VISITAS Y DEMANDA DE SERVICIOS

A partir de los datos históricos, se utilizó el método de evaluación de escenarios, con el fin de conocer la cantidad de visitas y demanda de servicios que se realizarán en los años 2016 y 2017, utilizando como criterio de fluctuación, la aplicación de estrategias de marketing, para atracción de un mayor número de clientes, establecidas en el siguiente cuadro:

TABLA 3 – IMPACTO DE APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING EN VISITAS AL PARQUE ACUÁTICO

Estrategias aplicadas al año 2016	Porcentaje de aumento de demanda de servicios
Estrategias de Servicios (+)	
1. Establecimiento de mini restaurante que ofrezca una alta variedad de alimentos y bebidas.	10%
2. Ampliación de horarios de toboganes	10%
3. Establecimiento de más vegetación en el Parque Acuático	5%
Estrategias de Precios (+)	
1. Aplicación de mejores precios, promociones y rifas.	15%
Estrategias de Instalaciones (+)	
1. Realización de eventos y fiestas dentro del Parque Acuático	10%
Estrategias de Promoción. (+)	
1. Convenios y Alianzas con otras instituciones.	15%
2. Utilización de medios y herramientas publicitarias.	30%
Total de Aumento en escenario Optimista (=)	95%
Ventas base históricas (+)	100%
Total de ventas para año 2016 con respecto al año 2015 (=)	195%
Multiplicador para ventas del año 2016 (dividido sobre 100)	1.95

Se estima que en el año 2016, debido a la aplicación de estrategias, las visitas que se realizarán tendrán un aumento del 95% en un escenario optimista, con respecto al año 2015, como se detalla en la tabla 3, tomando en cuenta otros factores, es razonable esperar que la demanda aumente en una menor proporción, por lo cual se establece la opción de que exista un escenario medio y pesimista. Estableciendo los siguientes incrementos:

TABLA 4 – PROPORCIÓN DE VISITAS CON RESPECTO A AÑOS PROYECTADOS

ESCENARIOS	2016		2017	
	VISITAS	MULTIPLICADOR	VISITAS	MULTIPLICADOR
Optimista	195%	1.95	120%	1.2
Medio	188%	1.88	115%	1.15
Pesimista	181%	1.81	105%	1.05

Se espera que en un escenario medio, las visitas sean el 188% en el año 2016, con respecto a las visitas históricas del año 2015, mientras que en el año 2017, se espera que las visitas al parque sean el 115%, con respecto a las pronosticadas en el año 2016, especificado en la tabla 4.

En la evaluación de escenarios, también se considera la probabilidad de que cierto escenario ocurra, por lo que se establece una ponderación, que se aplicara a los valores obtenidos, con el objetivo de conocer el promedio de visitas esperadas en el Parque Acuático.

TABLA 5 – PONDERACIÓN DE ESCENARIOS

ESCENARIOS	PONDERACIÓN
Optimista	30%
Medio	50%
Pesimista	20%

En la aplicación de la evaluación de escenarios, es indispensable conocer los clientes que visitarán el Parque dentro del año 2015, y conocer la proporción de la estructura de cada segmento de los visitantes dentro de la demanda total, que se detalla de la siguiente manera.

TABLA 6 – VISITAS HISTÓRICAS DEL AÑO 2015 Y PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN

CONCEPTO	VISITAS 2015	PORCENTAJE
Turistas	4638	30.71%
Niños	4547	30.10%
Porteños	5920	39.19%
TOTAL	15105	100%

Para realizar el cálculo de las visitas pronosticadas se utilizarán escenarios, para los cuales es imprescindible tomar en cuenta como referencia el número total de visitas del año 2015, que es **15,105**, tal como se refleja en la tabla 1, y finalmente, por medio del porcentaje de participación, se prorateara el pronóstico en los respectivos sectores de los clientes.

TABLA 7 – PRONÓSTICO DE ESCENARIOS DE VISITAS PARA AÑO 2016

ESCENARIOS	2015	2016			
	VISITAS	MUTPLICADOR (x)	VISITAS (=)	PONDERACION (x)	TOTAL PONDERADO (=)
Optimista	15105	1.95	29455	30%	8837
Medio	15105	1.88	28397	50%	14199
Pesimista	15105	1.81	27340	20%	5468
PROMEDIO PONDERADO VISITAS AÑO 2016					28504

En el año 2016, se espera tener un total de 28,504 visitantes como se refleja en la tabla 7, conformado por turistas, porteños y niños, en el transcurso de todos los meses.

Se aplica la misma lógica al año 2017, tomando como referencia las visitas pronosticadas para el año 2016, que son 28,504.

TABLA 8 – PRONÓSTICO DE ESCENARIOS DE VISITAS PARA AÑO 2017

ESCENARIOS	2016	2017			
	VISITAS	MUTPLICADOR (x)	VISITAS (=)	PONDERACION (x)	TOTAL PONDERADO (=)
Optimista	28504	1.2	34205	30%	10262
Medio	28504	1.15	32780	50%	16390
Pesimista	28504	1.05	29929	20%	5986
PROMEDIO PONDERADO VISITAS AÑO 2017					32638

El total de visitantes para el Parque Acuático para el año 2017, será un total de 32,638, como se muestra en la tabla número 8, distribuidos en todos los meses del respectivo año.

Para conocer la distribución de Turistas, porteños y niños, que conforman las proyecciones de los promedios ponderados de visitas para los años 2016 y 2017, se deberán tomar en cuenta los porcentajes obtenidos en la tabla 6, que explican la proporción de visitas de cada sección de clientes, y se multiplica por las respectivas proyecciones de la siguiente manera.

TABLA 9 – PONDERACIÓN DE VISITAS PRONOSTICADAS EN DIFERENTES SECCIONES DE VISITANTES.

CONCEPTO	2016			2017		
	TURISTAS	NIÑOS	PORTEÑOS	TURISTAS	NIÑOS	PORTEÑOS
PROMEDIO PONDERADO	28504	28504	28504	32638	32638	32638
PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN (x)	30.71%	30.10%	39.19%	30.71%	30.10%	39.19%
VISITAS TOTALES (=)	8752	8580	11171	10022	9825	12792

Se estima entonces que, para el año 2016, visitarán 8,752 turistas, 8,580 niños y 11,171 porteños, en el transcurso del año 2016, mientras que en el año 2017, visitarán 10,002 turistas, 9,825 niños y 12,792 porteños, los cuales conformarán parte de la cartera de clientes del Parque Acuático como se refleja en la tabla 9.

Para conocer, como se distribuirán las visitas de turistas, niños y porteños, en los meses que conforman el año 2016 y 2017, es necesario estudiar la tendencia y estacionalidad de los datos históricos del año 2015, por lo tanto es necesario pronosticar los meses faltantes de Enero y Febrero, utilizando criterios categorizados de la siguiente manera.

- 1) El mes de Enero del año 2016 presenta un incremento del 5% de visitas y uso de servicios, con respecto al mes de Diciembre del año 2015.
- 2) Febrero tendrá 10% de incremento de visitas y uso de servicios con respecto al anterior mes Enero del año 2016

TABLA 10 – VISITAS DEL PARQUE ACUÁTICO EN 12 MESES.

CONCEPTO	2015										2016		Total pronóstico año
	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	
VISITANTES													
Turistas	578	1232	156	310	457	951	334	165	182	273	287	316	5,241
Niños	360	2027	198	220	234	485	208	217	239	359	377	415	5,339
Porteños	558	2038	589	479	506	817	350	155	171	257	270	297	6,487
TOTAL	1496	5297	943	1009	1197	2253	892	537	592	889	934	1,028	17,067

Los meses de Marzo a Octubre pertenecen a datos históricos del año 2015, mientras que los meses desde noviembre del año 2015, hasta febrero del año 2016 son estimaciones realizadas por criterios de estacionalidad de la Administración del Parque Acuático.

Por lo tanto, para conocer como participan los meses, en el total de visitantes que llegan en un año al Parque Acuático, es necesario dividir el total de cada mes, con el total anual, obteniendo los respectivos porcentajes de participación.

TABLA 11 – PARTICIPACIÓN DE LAS VISITAS MENSUALES EN TOTAL ANUAL

CONCEPTO	2015										2016		Total pronóstico año
	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	
VISITANTES													
Turistas	11.03%	23.51%	2.98%	5.91%	8.72%	18.15%	6.37%	3.15%	3.47%	5.21%	5.48%	6.03%	100%
Niños	6.74%	37.97%	3.71%	4.12%	4.38%	9.08%	3.90%	4.06%	4.48%	6.72%	7.06%	7.77%	100%
Porteños	8.60%	31.42%	9.08%	7.38%	7.80%	12.59%	5.40%	2.39%	2.64%	3.96%	4.16%	4.58%	100%

Por lo cual, conociendo la estacionalidad de los meses, en las visitas que se realización en un año, es permitido determinar cómo se prorrateara los respectivos pronósticos de los años 2016 y 2017, en los meses que los comprenden, multiplicando el porcentaje de cada mes por la respectiva proyección anual.

TABLA 12 – APLICACIÓN DE CRITERIO DE PRORRATEO A PROYECCION AÑO 2016

CONCEPTO	2016	ENERO 2016		FEBRERO 2016	
	VISITAS PROYECTADAS	PARTICIPACIÓN (X)	VISITAS (=)	PARTICIPACIÓN (X)	VISITAS (=)
VISITANTES					
Turistas	8,752	5.48%	479	6.03%	528
Niños	8,580	7.06%	606	7.77%	667
Porteños	1,171	4.16%	465	4.58%	511
TOTAL			1,550		1,706

Para establecer cómo se distribuirán las visitas de turistas, niños y porteños, en los meses que conforman el año 2016 y 2017, es preciso estudiar la tendencia y estacionalidad de los datos históricos del año 2015, para ello se elaboró un procedimiento de prorrateo de los datos pronosticados anualmente. A continuación se especifican los resultados del prorrateo:

TABLA 13 – DISTRIBUCIÓN DE PROYECCIÓN DE VISITAS PARA EL AÑO 2016

CONCEPTO	2016												SUBTOTAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total pronóstico año
VISITANTES													
TURISTAS	479	528	965	2057	261	518	763	1588	558	276	304	456	8752
NIÑOS	606	667	579	3257	318	354	376	779	334	349	384	577	8580
PORTEÑOS	465	511	961	3510	1014	825	871	1407	603	267	294	443	11171
TOTAL	1550	1706	2505	8824	1593	1697	2010	3774	1495	892	982	1476	28503

TABLA 14 – DISTRIBUCIÓN DE PROYECCIÓN DE VISITAS PARA EL AÑO 2017

CONCEPTO	2017												SUBTOTAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total pronóstico año
VISITANTES													
TURISTAS	549	604	1105	2356	298	593	874	1819	639	316	348	522	10022
NIÑOS	694	764	662	3730	364	405	431	893	383	399	440	661	9825
PORTEÑOS	532	586	1100	4019	1161	945	998	1611	690	306	337	507	12792
TOTAL	1775	1954	2867	10105	1823	1943	2303	4323	1712	1021	1125	1690	32639

ANEXO 9.3 - PRONÓSTICO DE LA DEMANDA DE SERVICIOS.

Para establecer los niveles de demanda de los servicios del año 2016 y 2017, se determina una relación entre el número total de visitantes, y la utilización de servicios brindados a los clientes en el año 2015, disponibles en la Tabla 1 y 2, que muestran los totales de datos históricos, por lo tanto al dividir los clientes totales entre los servicio demandados, se obtiene la siguiente relación.

TABLA 15 – RELACIÓN DE DEMANDA DE SERVICIOS POR VISITAS

	2015	
CONCEPTO	TOTAL	RELACIÓN
VISITANTES	15105	
Hamacas (÷)	1152	Una Hamaca cada 13 Visitantes
Inflables (÷)	1738	Un Inflable cada 9 Visitantes
Kioscos (÷)	493	Una Kioscos cada 31 Visitantes

La relación de la tabla establece, que se rentara una hamaca cada 13 visitantes, ya sean turistas, niños y porteños; también se rentara un inflable cada 9 visitantes y finalmente, se rentara un kiosco cada 31 visitantes, como se muestra en la tabla 15, por lo cual para establecer las relaciones, se aplican a los totales de visitantes mensuales de los años 2016 y 2017.

TABLA 16 – APLICACIÓN DE CRITERIO DE DEMANDA DE SERVICIOS

CONCEPTO	RELACIÓN SERVICIO POR VISITANTES	ENERO		FEBRERO	
		VISITAS (X)	DEMANDA (=)	VISITAS (X)	DEMANDA (=)
Hamacas	1/13	1550	119	1706	131
Inflables	1/9	1550	172	1706	172
Kioscos	1/31	1550	50	1706	50

Se espera que en Enero visite una cantidad de 1550 clientes, exista una demanda de 119 hamacas, 172 inflables y 50 kioscos, y se aplica dicho criterio a cada uno de los meses como se detalla en la tabla 16.

TABLA 17 – ESTIMACIÓN DE SERVICIOS DEMANDADOS PARA EL AÑO 2016

CONCEPTO	2016												SUBTOTAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total pronóstico año
VISITANTES TOTALES	1550	1706	2505	8824	1593	1697	2010	3774	1495	892	982	1476	28503
Hamacas	119	131	193	679	123	131	155	290	115	69	76	114	2195
Inflables	172	190	278	980	177	189	223	419	166	99	109	164	3166
Kioscos	50	55	81	285	51	55	65	122	48	29	32	48	921

Se establece que a partir de la cantidad de visitas pronosticadas para el año 2016, se demandaran un total de 2195 hamacas, 3166 inflables, y finalmente 921 kioscos, en el transcurso de los meses respectivos, reflejado en la tabla 17.

TABLA 18 – ESTIMACIÓN DE SERVICIOS DEMANDADOS PARA EL AÑO 2017

CONCEPTO	2017												SUBTOTAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total pronóstico año
VISITANTES TOTALES	1775	1954	2867	10105	1823	1943	2303	4323	1712	1021	1125	1690	30267
Hamacas	137	150	221	777	140	149	177	333	132	79	87	130	2512
Inflables	197	217	319	1123	203	216	256	480	190	113	125	188	3627
Kioscos	57	63	92	326	59	63	74	139	55	33	36	55	1052

En el año 2017, a partir de las visitas, se determina que se demandaran 2,512 hamacas, 3,627 Inflables y 1052 Kioscos, que se distribuyen a partir de los meses comprendidos, y detallados en la tabla 18

**ANEXO 9.4 - PLANILLA DE LOS EMPLEADOS DEL PARQUE ACUÁTICO MUNICIPAL PLAYA
CONCHALÍO**

TABLA 19 – PLANILLA DE SALARIOS PROPUESTA

PLANILLA DE PAGO					
SALARIO		APORTE DEL PATRONO			
CARGO	SALARIO	ISSS	AFP	INSAFORP	APORTE PAT.
JARDINERO	\$251.71	\$18.88	\$16.99	\$2.52	\$38.39
MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES 2	\$251.71	\$18.88	\$16.99	\$2.52	\$38.39
MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES 1	\$251.71	\$18.88	\$16.99	\$2.52	\$38.39
SERVICIO AL CLIENTE 3	\$251.71	\$18.88	\$16.99	\$2.52	\$38.39
SERVICIO AL CLIENTE 2	\$251.71	\$18.88	\$16.99	\$2.52	\$38.39
SERVICIO AL CLIENTE 1	\$251.71	\$18.88	\$16.99	\$2.52	\$38.39
SALVAVIDAS 3	\$251.71	\$18.88	\$16.99	\$2.52	\$38.39
SALVAVIDAS 2	\$251.71	\$18.88	\$16.99	\$2.52	\$38.39
SALVAVIDAS 1	\$251.71	\$18.88	\$16.99	\$2.52	\$38.39
ORDENANZA 2	\$251.71	\$18.88	\$16.99	\$2.52	\$38.39
ORDENANZA 1	\$251.71	\$18.88	\$16.99	\$2.52	\$38.39
CAJERO	\$251.71	\$18.88	\$16.99	\$2.52	\$38.39
ENCARGADO DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	\$300.00	\$22.50	\$20.25	\$3.00	\$45.75
GERENTE GENERAL	\$500.00	\$37.50	\$33.75	\$5.00	\$76.25
TOTAL	\$3,820.52	\$286.54	\$257.89	\$38.21	\$582.63

En este cuadro se reflejan parte de los costos por servicios prestados por el personal que labora en el Parque Acuático, donde se muestran cada uno de los descuentos establecidos por la Ley. Además para los costos por servicio se incluirán los beneficios laborales (aguinaldos y vacaciones) y el aporte patronal. Por lo tanto todas las personas o puestos ocupados fueron contratados a través de la alcaldía.

ANEXO No. 10

Cotizaciones



San Salvador, 22 de Octubre de 2015

LICENCIADA
VILMA BALDIZON
ALCALDIA MUNICIPAL DE LA LIBERTAD
PRESENTE.

Estimada Licda. Baldizon:

Sirva la presente para saludarle deseándole muchas bendiciones y éxitos en sus actividades diarias.

Por este medio, le envío propuesta de Publicidad de VOXFM para dar conocer el lanzamiento del PARQUE ACUATICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALIO a toda nuestra a audiencia y de esta manera puedan conocer todas sus bondades del lugar.

La cobertura de VOXFM es a nivel nacional.

La propuesta de VOXFM es la siguiente:

PRIMERA OPCION:

- 5 cuñas diarias de 30" distribuidas de lunes a viernes (20 días del mes)
- 5 menciones diarias en vivo, reforzando la campaña, distribuidas en las mismas fechas
- COSTO MENSUAL DE \$ 1.000.00 MAS IVA.

SEGUNDA OPCION:

- 5 cuñas diarias de 30" distribuidas de Lunes a viernes (15 días del mes)
- 5 menciones diarias en vivo, reforzando la campaña.
- COSTO MENSUAL DE \$ 750.00

VALORES AGREGADOS

- Horarios prime time sugerido mañana y tarde: 6:00-7:30-8:30-10:30-11.30-18:00. Cliente puede sugerir horarios.
- 2 visitas al mes a cabina ó enlaces telefónicos, previo aviso.
- Apoyos en FB de la radio, medidas de banners 630X22 ó 310X222.
- Producción de la cuña sin costo alguno, siempre y cuando sólo sea utilizada en nuestras emisoras.

PRECIOS NO INCLUYEN IVA

- RAZON SOCIAL: STEREO MI PREFERIDA SA DE CV. (VOX FM)
- No. NIT 0614-071085-001-5
- Registro fiscal No. 5447-0

En espera de una respuesta favorable a la presente, quedo a sus órdenes.

Atentamente,

Eriselda Galindo
Gerente de Ventas.

Tel 2209-2015 7855-8307

Ave. Manuel Enrique Araya
2a. Planta, Edif. Canales 2, 4 y 6
San Salvador, El Salvador, C.A.
PBX: (503) 2209-2014
Ventas: (503) 2209-2015
Continuidad: (503) 2209-2037
Fax: (503) 2209-2037
www.quebuena.com
www.voxfm.com



San Salvador, 22 de Octubre de 2015

LICENCIADA
VILMA BALDIZON
ALCALDIA MUNICIPAL DE LA LIBERTAD
PRESENTE.

Estimada Licda. Baldizon:

Sirva la presente para saludarle deseándole muchas bendiciones y éxitos en sus actividades diarias.

Por este medio, le envío propuesta de Publicidad de RADIO QUE BUENA para dar conocer el lanzamiento del PARQUE ACUATICO MUNICIPAL PLAYA CONCHALIO a toda nuestra audiencia y de esta manera puedan conocer todas sus bondades del lugar. La cobertura de RADIO QUE BUENA es a nivel nacional.

La propuesta de RADIO QUE BUENA es la siguiente:

PRIMERA OPCION:

- 5 cuñas diarias de 30" distribuidas de lunes a viernes (20 días del mes)
- 5 menciones diarias en vivo, reforzando la campaña, distribuidas en las mismas fechas
- COSTO MENSUAL DE \$ 1.000.00 MAS IVA.

SEGUNDA OPCION:

- 5 cuñas diarias de 30" distribuidas de Lunes a viernes (15 días del mes)
- 5 menciones diarias en vivo, reforzando la campaña.
- COSTO MENSUAL DE \$ 750.00

VALORES AGREGADOS

- Horarios prime time sugerido mañana y tarde: 6:00-7:30-8:30-10:30-11:30-18:00. Cliente puede sugerir horarios.
- 2 visitas al mes a cabina o enlaces telefónicos, previo aviso.
- Apoyos en FB de la radio, medidas de banners 630X22 ó 310X222.
- Producción de la cuña sin costo alguno, siempre y cuando sólo sea utilizada en nuestras emisoras.

PRECIOS NO INCLUYEN IVA

- RAZON: SOCIAL: CIRCUITO YSR, S.A DE C.V.
- Favor emitir cheque o transferencia bancaria
- No. NIT: 0614-250163-001-6
- No. IVA: 5738-0

En espera de una respuesta favorable a la presente, quedo a sus órdenes.

Atentamente,

Eriselda Galindo
Gerente de Ventas.

Tel: 2209-2015 7855-8307

Ave. Manuel Antonio Araujo
2a. Planta, Edif. Canales 2, 4 y 6
San Salvador, El Salvador, C.A.
PBX: (503) 2209-2014
Ventas: (503) 2209-2015
Continuidad: (503) 2209-2037
Fax: (503) 2209-2037
www.quebuena.com
www.voxfm.com

ANEXO No. 11

**Fotografías del Parque
Acuático Municipal Playa
Conchalío**

*Un Lugar para Disfrutar al Máximo
con la Familia y Amigos!*



Entrada Principal







UN LUGAR PARA DISFRUTAR
AL MAXIMO CON
LA FAMILIA Y AMIGOS

