




**compAs**  
Grupo de Capacitación e Investigación pedagógica



**Parque temático sobre el  
chocolate ecuatoriano:  
investigación de campo**



**compAs**  
Grupo de Capacitación e Investigación pedagógica

**Parque temático sobre el  
chocolate ecuatoriano:  
investigación de campo**

**Primera edición**

Parque temático sobre el  
chocolate ecuatoriano:  
investigación de campo

Autores

ING. CARLOS ANDRÉS ORTIZ CHIMBO  
ARQ. MARÍA MERCEDES ZEBALLOS GANDO, MGS  
ING. KARLA SOLEDAD ORTIZ CHIMBO, MGS  
ING. KARLA MARIBEL ORTIZ CHIMBO, MGS

Primera edición  
Agosto 2017



Libro sometido a revisión de pares académicos.

Edición

Diagramación

Diseño

Publicación

**Maquetación.**

Grupo Compás

Cámara Ecuatoriana del Libro - ISBN-E: 978-9942-760-70-8

Guayaquil - Ecuador

## **Prólogo**

Mediante el presente proyecto se demuestra la factibilidad que tiene la creación de un Parque Temático sobre el chocolate ecuatoriano en el cantón Naranjal, el cual tiene como finalidad fortalecer y mejorar la parte turística de dicho cantón y de sus alrededores, a través de un establecimiento novedoso y de esparcimiento familiar. La idea nace de la importancia que tienen productos como el cacao y el chocolate dentro de la economía del Ecuador y por la necesidad de un nuevo lugar que ofrezca integración y entretenimiento al público, tanto nacional como extranjero.

Cada capítulo forma parte de un amplio proceso de investigación y planificación, como lo es un correcto estudio de mercado, en donde se conoció la aceptación del proyecto por parte de los sectores público y privado, un plan de marketing detallando estrategias para cada elemento del marketing mix, un análisis organizacional de lo que conllevará la empresa a conformarse y la respectiva ingeniería del mismo, mostrando las diferentes áreas que conformarán el Parque Temático del chocolate. Además de ello se incluye el análisis financiero, en donde se indican valores de inversión, ingresos y flujos de caja proyectados para demostrar la viabilidad del proyecto.



## INTRODUCCIÓN

El cantón Naranjal se ubica al sur de la región Costa, en la provincia del Guayas. Posee una superficie de 2015 km<sup>2</sup> y aproximadamente 70.000 habitantes. Es un cantón cien por ciento agrícola, donde sus pobladores se dedican al cultivo de cacao, banano, caña de azúcar, arroz, café, frutas y al comercio de los mismos. Es por ello que se le ha dado menor importancia al turismo, pese a que Naranjal posee un gran potencial turístico que aún no ha sido explotado en su totalidad.

Muy pocas son las obras turísticas que se catalogan dentro de los parques temáticos en el país, como por ejemplo el “Parque Histórico”, el “Parque Temático Ecológico Ecuador” o el parque acuático “Planeta Azul”. Sin embargo Ecuador tiene potencial para ofrecer más establecimientos similares que fomenten y mejoren el turismo.

El presente proyecto ofrece un producto turístico diferenciado dentro del mercado ecuatoriano, satisfaciendo las necesidades de aprendizaje, diversión y esparcimiento familiar en un solo lugar. La innovación y la creatividad juegan un papel muy importante en el desarrollo del mismo, manteniéndolo a la vanguardia para no perder el prestigio que se alcance y conservar la calidad en el servicio.

Gracias al apoyo que brinda actualmente el Gobierno Nacional al sector turístico, es posible que este parque temático llegue a su puesta en marcha.



## ÍNDICE

Prólogo .....	iv
INTRODUCCIÓN .....	v
ÍNDICE .....	1
GENERALIDADES .....	3
Fuentes Primarias .....	7
Fuentes Secundarias .....	7
Procesamiento de la Información .....	7
Desarrollo teórico .....	9
Características de los parques temáticos .....	9
Concepto de parque temático .....	9
Historia de los parques temáticos .....	9
Importancia de los parques temáticos .....	11
Clasificación de los parques temáticos .....	12
Conceptos Varios .....	13
Concepto de Entretenimiento .....	13
Concepto de Recreación .....	13
Concepto de Pay One Price .....	13
Modelos de Parques Temáticos .....	14
El fenómeno de Disney World .....	14
Parque Temático del Café .....	18
Definición de Cacao .....	19
Variedades del cacao .....	20
Cosecha y preparación para su transformación en chocolate .....	21
Países productores .....	22
Definición de Chocolate .....	23
Elaboración del chocolate .....	23
Mercado .....	28
Oferta Turística .....	28
Demanda Turística .....	29
Identificación de Clientes Potenciales .....	29
Método de recolección de datos (o de Investigación) .....	30
Encuesta .....	30
Entrevista .....	30
Población .....	30
Tamaño de la Muestra .....	30
Ficha Técnica de la Muestra .....	32
Proceso de Investigación .....	33
Segmentación Geográfica .....	33
Resultado de las encuestas .....	33
<u>Género del encuestado</u> .....	33
Resultado de las entrevistas .....	47
Conclusiones Generales de la Investigación de Mercado .....	48
PLAN DE MARKETING .....	50
Variables Controlables del Marketing .....	50
Producto o Servicio .....	50
Descripción del Producto o Servicio .....	50
Marca del Producto .....	55
Posicionamiento .....	56
Estrategia de Producto .....	56
Precio .....	58
Estrategia de Precios .....	59
Plaza o Distribución .....	61
Estrategia de Comunicación con el Canal .....	62
Proveedores de Insumos .....	63
Promoción .....	64
Distribución de las Herramientas de Comunicación .....	65
Tácticas a utilizar para la Promoción y Comunicación del Servicio .....	67
Estrategias de Promoción y Comunicación por el Ciclo de Vida del Servicio .....	68
INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	70

Localización del Proyecto .....	70
Factores de localización .....	70
Macro Localización .....	71
Micro Localización .....	72
Aspectos Técnicos.....	73
Capacidad Instalada.....	73
Capacidad Utilizada.....	73
Capacidad Financiera.....	74
Descripción de las Áreas del Parque Temático.....	75
ÁREA DE INGRESO .....	75
ÁREA 1: AUGÉ CACAOTERO .....	76
ÁREA 2: DULCE CHOCOLATE .....	78
ÁREA 4: CACAÓ EN VIVO .....	79
Equipamiento por Áreas.....	88
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.....	96
Método VAN (Valor Actual Neto).....	96
Método TIR (Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad) .....	96
Método Pay Back o Plazo de Recuperación.....	96
No Financiero: Flujo de Caja .....	96
Financieros: VAN, TIR y Pay Back .....	97
Fórmula para obtener el VAN (Valor Actual Neto) .....	97
Fórmula para obtener el TIR (Tasa Interna de Retorno) .....	98
Inversiones .....	99
Total de Inversión.....	102
Egresos Operacionales.....	102
Costo de Servicios .....	102
Costo Total de Servicios.....	103
Sueldos y Salarios .....	103
Otros Egresos.....	104
Depreciación.....	105
Propuesta de Ingresos.....	107
Tabla estimada de ingresos al primer año.....	109
Financiamiento .....	110
Tabla de Amortización del préstamo .....	110
Flujos de Caja Proyectados .....	111
Indicadores Financieros: Flujo de Caja Puro .....	114
Indicadores Financieros: Flujo de Caja Financiado.....	114
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	114
BIBLIOGRAFÍA .....	117

## GENERALIDADES

El cantón Naranjal es considerado una tierra privilegiada debido a su naturaleza, a su clima y a la mega diversidad de flora y fauna que la rodea. Los hermosos paisajes y lugares naturales que proyecta este cantón permiten la recreación y el deleite de los turistas que la visitan. Al hablar de turismo, Naranjal es un destino que ha sido de mucho interés para realizar varios proyectos e investigaciones turísticas, a causa de su potencial y a las cualidades antes mencionadas, con la finalidad de contribuir al turismo de la zona y dar a conocer los sitios turísticos que éste posee.

En el año 2001 se inician las evaluaciones para crear la denominada “Ruta del Cacao”, proyecto de turismo rural para el cantón Naranjal, pero que por el poco interés de los pobladores y la falta del apoyo económico del Gobierno Municipal, el proyecto se estancó.

Meses después se desarrolló el seminario “Turismo sostenible: una alternativa para el desarrollo comunitario”, que estuvo dirigido a comunidades e instituciones que lleven a cabo turismo local, con el objetivo de que Naranjal promueva al turismo comunitario y sea la primera fuente de generación de recursos para el cantón.

Años más tarde se inicia un nuevo proyecto para la promoción del Turismo Rural, incluyendo a varias haciendas con potencial agroturístico que ya habían sido seleccionadas al inicio del proyecto de la Ruta del Cacao, y que sus propietarios habían mostrado cierto interés en formar parte de aquello.

Luego de varias investigaciones se determinaron cuáles son los sitios turísticos oficiales del cantón Naranjal, como lo son la Reserva Ecológica Manglares Churute y el Bosque Protector Cerro de Hayas, además de haciendas turísticas como Hacienda “La Maclovia”,



Hacienda y Centro de Rescate “Jambelí”, y Hacienda “Cañas”. Todos ellos promocionados por el Ministerio de Turismo y operadoras que ofrecen visitas a estos lugares para conocer, en el caso de las haciendas, el cultivo y la producción de cacao y banano, productos importantes para la economía del país.

De esta manera se reactiva el plan de la Ruta del Cacao, que hoy en día, sigue promocionándose a través de ferias, agencias y operadoras turísticas para atraer la atención de la mayor cantidad de turistas que gusten del agroturismo.

Lo que no ha existido son estudios ni proyectos sobre la creación de un parque temático, mucho menos con el tema del chocolate ecuatoriano. Con este proyecto se podría contribuir al turismo en el cantón Naranjal, proporcionar un nuevo sitio de entretenimiento y complementar la actual Ruta del Cacao, siendo un punto más de interés turístico que demuestre la importancia que tiene esta fruta, y su principal derivado que es el chocolate.

Hace varios años atrás, el turismo en el Ecuador no contaba con el suficiente apoyo económico ni la promoción necesaria por parte de las instituciones gubernamentales encargadas de esta área. Incluso la crisis que existió en el año 1999 obligó a que muchos establecimientos turísticos cerraran sus puertas y a que gran cantidad de personas que trabajaban en ellos quedaran desempleadas, causando que los pocos ingresos que existían en ese entonces gracias al turismo terminaran prácticamente nulos. Con el pasar de los años, el gobierno del Ecuador fue incrementado el presupuesto destinado al turismo, con el objetivo de que el país se promocióne y se visualice como potencia turística ante los ojos del mundo.

El cantón Naranjal, ubicado a una hora de la ciudad de Guayaquil, es una tierra privilegiada por la naturaleza y considerada zona tradicionalmente cacaotera desde inicios del siglo XX. Este cantón posee mucho potencial turístico que debe ser explotado de la mejor manera posible; la Prefectura del Guayas, en este sector impulsa la

“Ruta del Cacao”, por ser uno de los principales productores de la llamada pepa de oro. Esta ruta ofrece visitas a varios lugares, como la Reserva Ecológica Manglares Churute, el Cerro Las Hayas o las haciendas “Cañas” y “Jambelí”, donde se puede apreciar el cultivo y proceso de exportación del cacao y banano. Pese a ello, hace falta un nuevo atractivo turístico que fortalezca, complemente e impulse esta ruta y que revitalice el turismo en el cantón Naranjal, que posea una infraestructura de calidad y que ofrezca a los visitantes un intercambio cultural en lo que se refiere al cacao hasta convertirlo en un exquisito chocolate, así como entretenimiento para los visitantes nacionales y extranjeros.

La cultura de gasto de los ecuatorianos, es pagar más por un productor extranjero en lugar de consumir lo nacional, ya que existe la idea de que el producto nacional no es de buena calidad; de igual manera como el país no cuenta con parques temáticos o especializados, las personas gastan miles de dólares en viajar a otros países para disfrutar de estas áreas de diversión y esparcimiento familiar. Los ecuatorianos deben conocer más acerca de lo que el Ecuador es capaz de producir y de ofertar, como es el caso de la producción y exportación del cacao para la elaboración de varios productos entre ellos el principal, que es el chocolate.

Actualmente, el turismo en el Ecuador cuenta con un gran apoyo económico por parte de las instituciones gubernamentales en lo que se refiere a promoción turística, generando interés en los turistas extranjeros para que elijan al país como un destino con gran potencial turístico. Específicamente, los ecuatorianos en general están inclinados a lo novedoso. Si un nuevo establecimiento se abre, las personas sienten la necesidad de acudir para conocerlo, ya que se convertiría en el lugar de moda.

Es por esta razón que, al abrir las puertas de este parque temático, despertará el interés en los ciudadanos y turistas en general, debido a su moderna infraestructura y al concepto que gira alrededor de éste. Su ubicación estratégica en el cantón Naranjal se justifica porque es un cantón con tierras ricas en producción de

cacao y está rodeado de haciendas y personas que se dedican al cultivo del mismo; es el lugar de nacimiento del tipo de cacao denominado CCN-51 (Colección Castro Naranjal), que lleva el nombre de su creador, el agrónomo Homero Castro Zurita, y que abunda en varias zonas de la costa ecuatoriana. Además de que Naranjal es considerado un enlace entre la región Costa y Sierra por encontrarse cerca de las estribaciones de la cordillera de Los Andes, a una hora de la ciudad de Guayaquil y a dos horas de la ciudad de Cuenca, atrayendo a visitantes de ambas regiones, y por ser uno de los principales cantones productores, junto a Balao, de esta fruta dentro de la Ruta del Cacao.

Un producto como el chocolate es muy solicitado y degustado por todos, aún más el ecuatoriano que es conocido a nivel internacional y considerado uno de los mejores del mundo, gracias a la excelente acogida que ha tenido y los cuales están elaborados con un 75% de cacao fino de aroma, el mejor del país. Es por ello la temática llamativa e innovadora. Los asistentes a este parque temático sentirán que su visita satisface sus expectativas y generará en ellos deseos de regresar no una, sino varias veces, mejorando cada vez más los flujos financieros internos y las divisas por ingreso de turistas al país.

Debido a lo mencionado anteriormente, el proyecto resulta factible, y de esta forma Naranjal contará con un ícono representativo y reconocido a nivel local, nacional y, por qué no, internacional también, mejorando su imagen y fortaleciendo el aparato productivo del país.

El método de investigación utilizado para el presente proyecto será de tipo descriptivo o también conocido como estadístico. Se recopilará la mayor cantidad de información para ser procesada, y de esta manera obtener conclusiones concretas sobre la aceptación o no de un parque temático sobre el chocolate en el cantón Naranjal, al igual que permitirá definir qué tipo de servicios y necesidades son las requeridas por el mercado.

### **Fuentes Primarias**

Las fuentes primarias contienen información nueva, resultado de la investigación directa recaudada por el autor. Para el presente proyecto se utilizarán encuestas que se las realizarán a varias personas que se encuentran dentro del mercado objetivo del parque temático, y entrevistas dirigidas a personas que laboran en instituciones públicas y privadas relacionadas al turismo y al tema del cacao y chocolate.

### **Fuentes Secundarias**

Las fuentes secundarias contienen información ya existente, organizada y elaborada, resultado de fuentes primarias. Para el proyecto se recurrirá a fuentes como:

- Ministerio de Turismo
- Ministerio de Ambiente
- Municipio de Naranjal
- Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (Anecacao)
- Internet
- Publicaciones escritas (diarios, revistas, libros)

### **Procesamiento de la Información**

La información recopilada será procesada a través del programa Microsoft Excel 2010, que ayudará a tabular los datos y a realizar análisis, cuadros estadísticos, proyecciones e interpretaciones de los mismos.





## **Desarrollo teórico**

El marco teórico que fundamenta este proyecto permitirá tener una idea más clara acerca del tema. Se encontrarán los conceptos básicos, específicos y los complementarios. Partiremos con las características generales de los parques temáticos, como su definición, historia, importancia y clasificación, seguido por el concepto del cacao y sus variedades, entre ellas el chocolate. Además de parques temáticos relacionados al tema.

### **Características de los parques temáticos**

#### **Concepto de parque temático**

Parque temático es el nombre genérico que se utiliza para denominar a un recinto con un conjunto de atracciones, espacios para el ocio, entretenimiento, educación y cultura, normalmente organizadas en torno a una línea argumental que les sirve de inspiración. Precisamente por esto un parque temático es algo mucho más complejo que un parque de atracciones o una feria. Esto también implica que vaya ligado a un proyecto empresarial más sólido y con importantes inversiones económicas.

#### **Historia de los parques temáticos**

Los antecedentes más antiguos de los que se tiene conocimiento se ubican en la Europa Medieval, por allá del año 1500. En ese entonces se instalaban jardines afuera de las ciudades feudales que ofrecían entretenimiento en vivo, fuegos artificiales, bailes, juegos e incluso algunos paseos primitivos. Estos jardines fueron muy populares hasta por el año de 1700, cuando los cambios políticos y sociales hicieron que muchos de estos lugares desaparecieran. El parque de diversiones más antiguo que sigue en funcionamiento hasta la fecha es el parque "Bakken", al norte de Copenhague, capital de Dinamarca, abierto en 1583.

Después de 1800, el desarrollo de la industria de la diversión se transportó a América. En Estados Unidos, después de la guerra civil, floreció la industria eléctrica que dio lugar a nuevos medios de

transporte como el tranvía. Los dueños de algunas líneas de tranvía no querían perder pasajeros durante los fines de semana, así que promovieron la construcción de lugares de entretenimiento al final de las líneas de tranvías que ofrecían campos abiertos para hacer días de campo, salones de baile, juegos, restaurantes y algunos paseos a orilla de un lago o río. Estos primeros parques de diversiones comenzaron a aparecer a través de todo Estados Unidos.

Los parques de diversiones entraron en su era dorada en la exposición mundial de Chicago en 1893, donde se presentaron juegos mecánicos como la rueda de la fortuna y montañas rusas. Al año siguiente un hombre llamado Paul Boynton inauguró el primer parque de diversiones moderno al sur de Chicago con el nombre de "Paul Boynton's Water Chutes", en donde por primera vez se cobró la admisión general para el área en la que ubicó los juegos mecánicos. Este parque inspiró a otros pioneros de la industria a abrir parques similares, como "Coney Island" en Nueva York, abierto en 1895 y que resultaron un éxito inmediato. La industria creció rápidamente en las siguientes tres décadas. Se abrieron cientos de parques de diversiones en Estados Unidos y en el mundo que constantemente añadían nuevas atracciones y paseos y surgieron nuevas tecnologías que ofrecían al público la emoción y diversión que buscaban. Para 1919 existían unos 2000 parques de diversiones en todo el mundo.

En 1929 Estados Unidos sufrió su gran depresión, que hizo que miles de industrias perdieran éxito, y los parques de diversiones no fueron la excepción. La segunda guerra mundial vino a afectar aún más a los parques. Para cuando terminó la guerra ya solo quedaban 300 parques de diversiones funcionando en Estados Unidos. Cuando comenzaron los años 50's el mundo se encontraba sumido en conflictos sociales, la televisión comenzaba a surgir como medio de entretenimiento y los parques de diversiones comenzaban a ser olvidados. Se necesitaba algo nuevo que revolucionara la industria y le diera al público lo que pedía, entretenimiento sano para toda la familia, ese algo vino de un hombre llamado Walt Disney y se llamó "Disneyland".

Cuando se abrió Disneyland en 1955 muchas personas no creyeron que funcionaría pues no ofrecía los tradicionales juegos de un parque de diversiones, pero Disney introdujo un nuevo concepto, el parque temático, que se encuentra dividido en áreas cada una con una temática diferente, con ambientación y escenografía adecuada a cada una de las épocas o mundos que se quiere representar. Disneyland fue todo un éxito y comenzó una nueva época para los parques de diversiones y los nuevos parques temáticos. A partir de entonces comenzaron a surgir nuevos parques temáticos, con juegos y montañas rusas más modernos. En 1961 se abrió "Six Flags Over Texas", que repitió el éxito de Disneyland.

Desde entonces y hasta la fecha se han inaugurado cientos de parques de diversiones y parques temáticos en el mundo entero y también hay muchos antiguos parques que se han modernizado para mantenerse funcionando.

### **Importancia de los parques temáticos**

Los parques temáticos se han popularizado en el mundo, tanto en países industrializados como en vías de desarrollo, porque atraen a una gran población, especialmente infantil y juvenil y son una oportunidad para crear conciencia acerca de temas que antes fueron relegados al espacio de la escuela como la ciencia y las matemáticas, temas de preocupación mundial como la ecología o temas vistos como restringidos a una clase intelectual como la tecnología, la antropología, la geología y otros. Muchas compañías comerciales, con el fin de promocionar racionalmente sus productos, crean parques temáticos, por ejemplo, fábricas, compañías cinematográficas y medios de comunicación (radio, televisión, prensa). Por otra parte, muchos países los crean alrededor de actividades tendientes a la protección del medio ambiente (explotación minera) o la educación cívica.

## **Clasificación de los parques temáticos**

Los parques temáticos están encuadrados dentro de la industria cultural y de ocio, por lo que se pueden considerar como servicios culturales, estos se clasifican según su tamaño y su tema en:

- Según su tamaño podríamos distinguir entre:
  - Ferias: Atracciones tradicionales, carácter temporal y pequeño tamaño.
  - Parques de atracciones: Atracciones tradicionales con alguna de última generación basada en simuladores en la mayoría de casos, gran tamaño y emplazamiento fijo.
  - Family Entertainment Centers: Son parques cubiertos, abiertos todo el año, cercanos a un centro urbano, donde lo que se busca atraer son familias.
  - Parques temáticos tradicionales: Atracciones tradicionales adaptadas a la temática, atracciones con desarrollo narrativo, puesta en escena y entornos adaptados a la temática (inclusive el personal), espectáculos itinerantes o fijos dentro del parque de carácter teatral, desfiles, gags cómicos o demostraciones. Gran tamaño, servicios de restaurante y regalos muy desarrollados. En ocasiones adscritos a zonas turísticas con servicios hoteleros ajenos al parque.
  - Resorts: Engloban parques temáticos con varias zonas (atracciones de tierra, zonas de parque acuático, atracciones de última generación.), además disponen de zonas de ocio nocturnas, hoteles tematizados circunscritos al parque y propiedad de este.
- Los parques temáticos podemos clasificarlos según su temática en:
  - Cine y personajes de animación
  - Aventuras y lugares exóticos
  - Históricos
  - Científicos
  - El mundo de la imagen y las comunicaciones
  - Acuáticos

## **Conceptos Varios**

### **Concepto de Entretenimiento**

Se conoce como entretenimiento al conjunto de actividades que permite a los seres humanos emplear su tiempo libre para divertirse, evadiendo temporalmente sus preocupaciones.

El entretenimiento forma parte de la amplia familia del ocio y se ha convertido en un sector floreciente de la actividad económica, especialmente a través de los parques temáticos y de atracciones, los medios de comunicación y las industrias del cine, la música o los videojuegos.

El término entretenimiento es de origen latino. Comenzó a utilizarse en Europa a finales del siglo XV en relación con la acción financiera de desviar en beneficio propio bienes ajenos. Con posterioridad, tal acepción dio paso a la de desviar la atención en general, asociándose luego a la idea de placer y de ocio. En 1662, el filósofo francés Blaise Pascal elaboró un reputado estudio sobre el entretenimiento que fue publicado en 1670 en sus Pensamientos, desarrollando la idea contradictoria de que es necesario que el hombre se distraiga y, por lo tanto, se aparte de lo esencial.

### **Concepto de Recreación**

La recreación es la forma cómo las personas se desplazan, entretienen, expresan y conciben en sus tiempos de ocio, los cuales están contemplados fuera de las horas laborales y de estudio. De ésta necesidad de diversión y esparcimiento, nacen los espacios públicos dirigidos a satisfacer las necesidades de las personas en sus vacaciones, con viajes, actividades lúdicas y culturales.

### **Concepto de Pay One Price**

Un parque de atracciones con el esquema de “pago de un precio”, ofrece a los visitantes una tarifa de entrada única. El cliente



entonces tiene derecho a utilizar la mayoría de los lugares de interés (generalmente incluyendo la atracción principal) en el parque con la frecuencia que desee durante su visita. Un pase de admisión diaria (daypass) es la tarifa más básica a la venta, también se venden abonos de temporada que ofrecen los titulares de admisión para el año completo de funcionamiento (más privilegios especiales para las atracciones más nuevas), y evitar pasar por las enormes colas para las atracciones populares.

Los parques con la modalidad de pago de un precio también tienen atracciones que no están incluidos en el precio de la entrada; estos son llamados "up-cargo atracciones" y pueden incluir pistas de karts , o juegos de habilidad donde se ganan premios.

Cuando Angus Wynne, fundador de Six Flags Over Texas , visitó por primera vez Disneyland en 1959, señaló al formato del parque "pay as you go", como una razón para implementar en su parque un nuevo sistema de pago de un precio. Él pensó que una familia visitaría su parque si sabían, desde el principio, cuánto le costaría por asistir.

## **Modelos de Parques Temáticos**

### **El fenómeno de Disney World**

Aunque Disney ya era célebre en la industria del cine por sus exitosas producciones animadas, Disneyland consolidó su nombre ante las generaciones futuras. Millones de personas de distintos países han visitado el parque. Antes, el negocio de los parques de diversiones en EE.UU parecía estar dominado por meros intereses comerciales; quienes invertían en este tipo de entretenimiento lo hacían pensando en ofrecer varias atracciones al público a un bajo costo, y no se preocupaban por mantener limpias o en orden las instalaciones. Su rol se limitaba al de un concesionario. A diferencia de estos, Disney desarrolló un concepto a un nuevo nivel de intensidad: fusionó la mercadotecnia y la publicidad con el entretenimiento, y la fijó como su

eje de operaciones. Transformó los productos de Disney en atracciones turísticas, e influyó para que los empresarios comenzaran a involucrarse más en la gestión y operación de sus parques.

El programa televisivo Disneyland, producido por Disney y ABC, fue un factor crucial para que el parque tuviera éxito desde sus primeros años, aunque también tuvieron que ver el creciente consumismo en la sociedad o los avances tecnológicos en la industria del entretenimiento.

Para construir un parque de diversiones en donde el orden y control predominasen en cualquier aspecto, Disney buscó ofrecer condiciones que regularmente no se encuentran en un parque de diversiones, y mucho menos en la vida real. La importancia dada a la limpieza y el orden en las instalaciones fue un criterio que luego se tomó en cuenta en los demás parques de diversiones del país. El concepto novedoso de dividir el parque en áreas temáticas representa ahora un modelo a seguir en cualquier lugar del planeta susceptible de recibir visitas turísticas en el mundo. Y fue así como el 17 de julio de 1955 se inaugura el primer parque temático de Disney, denominado "Disneyland", ubicado en Anaheim, California y fundado por el productor y cineasta estadounidense Walt Disney. Disneyland redefinió los conceptos de vacaciones familiares y entrenamiento para los empleados, asimismo permitió el auge de la industria hotelera y los complejos turísticos. Antes de la creación de Disneyland, entre las décadas de 1930 y 1940, la industria de los parques de diversiones en EE.UU estaba en una situación de declive, y la notoriedad de este nuevo destino turístico motivó a otros empresarios a invertir en el desarrollo de sus propios proyectos, o a remodelar algunos antiguos, según fuese el caso.

Debido al auge de este nuevo sector turístico el condado de Orange, donde ese encuentra Anaheim, se convirtió en un destino internacional. The Walt Disney Company, a través de su división Walt Disney Parks and Resorts y con el apoyo de Walt Disney Imagineering, ha coordinado la construcción de otros parques similares a Disneyland en todo el mundo, con su correspondiente complejo turístico: Walt Disney World Resort, Tokyo Disney

Resort, Disneyland Paris, Hong Kong Disneyland Resort y Shanghai Disney Resort. Eventualmente expandieron su interés empresarial a otras áreas, lo cual dio origen a un imperio de entretenimiento, y comenzaron a invertir en su propia línea de cruceros “Disney Cruise Line”, en el complejo deportivo ESPN Wide World of Sports , en donde se realizan eventos atléticos, en el sector televisivo al invertir en su propio canal, Disney Channel, desde 1983, radiofónico “Radio Disney” y discográfico “Walt Disney Records”, entre otros productos y servicios. Hasta el año 2000, un tercio de las ganancias de The Walt Disney Company provenían de los ingresos obtenidos en sus distintos parques temáticos.



## Parque Temático del Café



Imagen N° 2: Parque Nacional del Café  
Fuente: turismoenelquindio.wordpress.com

El Parque Nacional del Café es un parque temático colombiano situado en el municipio de Montenegro en Quindío, Colombia. Dispone de un teleférico, un jardín del café mundial, una montaña rusa, puestos de alimentos basados en café, arquitectura folclórica colombiana, y otras atracciones, totalizando 22 atracciones. Fue fundado en 1995 por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y el Comité Departamental de Cafeteros del Quindío; pertenece a la Fundación Parque de la Cultura Cafetera y es una entidad sin ánimo de lucro destinada a la preservación del patrimonio cultural e histórico del café en Colombia, a la promoción de actividades culturales, recreativas, ecológicas y al impulso del ecoturismo en la región.

Surgió de una inquietud del ingeniero Diego Arango Mora, con la compra de una finca de 13 hectáreas. Se inauguró en 1995 y cada año es visitado por 450.000 turistas. Localizado a doce kilómetros de Armenia y a tres del municipio de Montenegro, por la vía que conduce a Pueblo Tapao. El parque se divide en espacios ecológicos y recreativos. En cada uno de los lugares los visitantes podrán ver las réplicas de seis sepulturas de la cultura Quimbaya, casas campesinas quindianas, trilladoras, moledoras, tostadoras y otras máquinas que fueron restauradas y de las que se explica su función. En este parque no se escapan los mitos y las leyendas de los campesinos colombianos: el Mohán, la Llorona, la Patasola, la Madremonte, el Duende y muchos más están reunidos en el bosque nativo. Son personajes que llevan su historia y el nombre de la región donde se generó su creencia.

Hay atracciones para todas las edades, está la broca, la montaña rusa más grande de Latinoamérica; para los más pequeños esta la zona de atracciones mecánicas, el lago de las fábulas dedicado a Rafael Pombo, con sus cuentos más bonitos. En la segunda parte del parque pueden encontrar el teleférico y 25 nuevas atracciones que van unidas a la diversión, arquitectura, gastronomía, historia y pasado cultural del café, en este mágico lugar se puede ver la réplica de 1928 de la Plaza de Bolívar de Armenia, o las fachadas de las 15 casas quindianas con lo que se rescató el patrimonio arquitectónico de la colonización antioqueña.



Imagen N° 3: Parque Nacional del Café

Imagen N° 4: Atracciones del

Parque Nacional del Café

Fuente: aerodestinos.com.co

Fuente:

www.tusansebastian.com

### Definición de Cacao

Theobroma cacao es el nombre científico que recibe el árbol del cacao o cacaotero, planta de hoja perenne de la familia Malvaceae. Theobroma significa en griego “alimento de los dioses”; cacao deriva del nahua “cacáhua”.

La palabra puede hacer referencia a tres conceptos muy relacionados entre sí:

1. Cacao puede referirse, en primer lugar, al fruto del cacaotero, similar a la palmera, entendido este bien como la mazorca que crece directamente de su tronco, bien como las semillas contenidas en ese fruto.
2. En segundo lugar, el cacao es también el producto que resulta de la fermentación y el secado de esas semillas (o habas o maracas) del

fruto del árbol del cacao. El cacao, entendido así, es el componente básico del chocolate.

3. Por último, se denomina además cacao al polvo seco que se obtiene moliendo los granos y extrayendo, total o parcialmente, la grasa o manteca de cacao.

### **Variedades del cacao**

Tradicionalmente existen tres variedades principales de cacao: Criollo, Trinitario y Forastero. Utilizando el mapa genético del cacao las investigaciones más recientes indican que hay por lo menos 10 familias principales de cacao.

- El criollo se cultiva: en Perú, Venezuela, Honduras, Colombia, Ecuador, Nicaragua, Guatemala, Trinidad, Bolivia, Jamaica, México, Granada; y en el Caribe, en la zona del océano Índico y en Indonesia. Es un cacao reconocido como de gran calidad, de escaso contenido en tanino, reservado para la fabricación de los chocolates más finos. El árbol es frágil y de escaso rendimiento. El grano es de cáscara fina, suave y muy aromática. Representa, como mucho, el 10% de la producción mundial. Un ejemplo de la variedad criolla es el cacao Ocumare proveniente del Valle de Ocumare de la Costa, Venezuela.
- El forastero o campesino: originario de la alta Amazonía. Se trata de un cacao normal, con el tanino más elevado. Es el más cultivado y proviene normalmente de África. El grano tiene una cáscara gruesa, es resistente y poco aromático. Para neutralizar sus imperfecciones, requiere un intenso tueste, de donde proceden el sabor y el aroma a quemado de la mayoría de los chocolates. Los mejores productores usan granos forasteros en sus mezclas, para dar cuerpo y amplitud al chocolate, pero la acidez, el equilibrio y la complejidad de los mejores chocolates proviene de la variedad criolla. Un ejemplo de la variedad forastero es el cacao Nacional Fino de Aroma, o también conocido como Cacao Arriba proveniente de Ecuador.
- Los híbridos, entre los que destaca el trinitario: es un cruce entre el criollo y el forastero, aunque su calidad es más próxima al del segundo. Como su nombre sugiere, es originario de Trinidad donde, después de un terrible huracán que en 1727 destruyó prácticamente todas las plantaciones de la isla, surgió como resultado de un

proceso de cruce. De este modo, heredó la robustez del cacao forastero y el delicado sabor del cacao criollo, y se usa también normalmente mezclado con otras variedades. Como ejemplo de un trinitario tenemos al Carenero Superior, de Barlovento, al este de Caracas, en el estado de Miranda, Venezuela.

### **Cosecha y preparación para su transformación en chocolate**

El cacao tiene una corteza rugosa de casi 4 cm de espesor. Está rellena de una pulpa rosada viscosa, dulce y comestible, que encierra de 30 a 50 granos largos (blancos y carnosos) acomodados en filas en el enrejado que forma esa pulpa. Los granos o habas del cacao tienen la forma de las judías: dos partes y un germen rodeados de una envoltura rica en tanino. Su sabor en bruto es muy amargo y astringente.

En algunas regiones, la recolección del cacao se lleva a cabo durante todo el año, aunque sobre todo entre los meses de mayo a diciembre. En otras partes del mundo, África occidental por ejemplo, la cosecha principal se recolecta entre septiembre y febrero.

- Guiándose por el color de la vaina y por el sonido que hace su interior al ser ligeramente golpeado, el recolector sabe cuándo ha llegado el momento de la cosecha. Tan pronto como las mazorcas maduran, los llamados tumbadores, con una hoz o con un cuchillo especial tipo hoz fijado sobre una pértiga, cortan el pedúnculo de la mazorca, teniendo cuidado de no dañar las flores y los brotes cercanos. Después se corta el fruto con el machete en sentido transversal.
- Se cortan las vainas sin estropear las semillas. Estas se sacan con un utensilio en forma de cuchara con la pulpa que las rodea, y se disponen en un montón cónico sobre una base de hojas de plátano. Luego se enrollan las hojas de la base y se añaden otras hojas grandes para envolver los montones completamente. Así se inicia el proceso de fermentación, que dura entre tres y siete días según el sabor que ellos quieren.

Proceso químico: Las bacterias y levaduras presentes en el aire se multiplican en la pulpa que rodea los granos por su concentración de azúcares y ésta se descompone formando un líquido ácido y



alcohol. Esto aumenta la temperatura del montón y unas transformaciones tienen lugar en el interior de cada grano. Su color cambia del púrpura al marrón chocolate y el olor a cacao empieza a manifestarse. La fermentación a veces se omite, habiendo plantadores a favor y en contra. El objetivo de esta fermentación es doble: primero, que la pulpa se convierta en ácido acético que se evapora y que la semilla se hinche, hasta parecerse a una almendra gruesa de color marrón. Segundo, que se reduzca el amargor y la astringencia, y que se desarrollen los precursores del aroma. Si la fermentación es excesiva, el cacao puede arruinarse; si es insuficiente, puede adquirir un sabor de patatas crudas y son atacados por los hongos.

A continuación, se extienden los granos y, mientras se rastrillan, se desecan. En las grandes plantaciones, esto se hace con enormes bandejas, tanto en el exterior para que actúen los rayos del sol, como en cobertizos mediante calor artificial.

En zonas rurales, cientos de toneladas se secan en pequeñas bandejas o en cueros, con aves de corral, cerdos, perros y otros animales errando a sus anchas. En algunos casos, en ciertas regiones de América se practica todavía la danza del cacao: los nativos descalzos pisan y caminan sobre los granos y, de vez en cuando, durante la "danza" se rocía sobre los granos arcilla roja con agua para obtener un mejor color, pulido y protección contra los hongos durante el viaje a las fábricas de los países industrializados, donde se someterá a las transformaciones encaminadas a obtener finalmente el chocolate.

### **Países productores**

El cacao se cultiva principalmente en África del Oeste, América Central, Sudamérica y Asia. Según la producción anual, recogida por la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo) para el año agrícola 2005/06, los ocho mayores países productores del mundo son (en orden descendente) Costa de Marfil (38%), Ghana (19%), Indonesia (13%), Nigeria (5%), Brasil (5%),

Camerún (5%), Ecuador (4%) y Malasia (1%). Estos países representan el 90% de la producción mundial.

Los principales productores son también los mayores exportadores, con excepción de Brasil y Malasia cuyo consumo interno absorbe la mayor parte de su producción. En América Latina, por ejemplo, las exportaciones de cacao de República Dominicana superan a las de Brasil.

- América del Norte: México.
- América Central: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, República Dominicana, Panamá, Jamaica, Nicaragua, Granada y las Antillas.
- América del Sur: Brasil, Ecuador, Bolivia, Colombia, Perú y Venezuela.
- África: Camerún, Costa de Marfil, Ghana, Nigeria y Santo Tomé y Príncipe.
- Asia: Indonesia (Java y Sumatra principalmente), Sri Lanka y Malasia.
- Oceanía: Samoa y Nueva Guinea.

## **Definición de Chocolate**

El chocolate (náhuatl: xocolatl) es el alimento que se obtiene mezclando azúcar con dos productos derivados de la manipulación de las semillas del cacao: la pasta de cacao y la manteca de cacao. A partir de esta combinación básica, se elaboran los distintos tipos de chocolate, que dependen de la proporción entre estos elementos y de su mezcla, o no, con otros productos tales como leche y frutos secos.

## **Elaboración del chocolate**

Tras el tratamiento al que se somete a las habas de cacao en las zonas de recolección, estas se envían a las distintas fábricas chocolateras. Al llegar, los granos se examinan y se clasifican. Lo primero que se realiza es el lavado y tostado de las habas del cacao;

el objetivo es aumentar el aroma y favorecer el desprendimiento de la piel de las semillas. Un sistema de cepillado posterior permite eliminar esas pieles y cualquier otra impureza.

A continuación, se realiza la torrefacción de las habas del cacao ya tostadas, un proceso importantísimo para la calidad final del producto. En unas grandes esferas giratorias, las habas se tuestan durante unos pocos minutos a entre 110 y 120 °C., eliminándose la humedad y la acidez, al tiempo que se favorece el desarrollo de los aromas. Cada tipo de grano que formará parte de una determinada mezcla de chocolate se tuesta por separado.

Después de su enfriamiento, las habas, cuyas cáscaras han comenzado a explotar por el efecto de la torrefacción, se llevan a una máquina de descascarillar y cribar, que abre los granos tostados y separa los pellejos, ligeros, de la parte comestible, más pesada. Las cáscaras y hollejos se reciclan como compost para jardines, o para elaborar mantecas de baja calidad llamadas comercialmente cocoa.

La cocoa tiene un perfume y un sabor relativamente similar al del chocolate en polvo, pero que carece de las características originales del chocolate hecho a base de cacao. Se consigue mayormente de manera industrializada y es de color marrón oscuro. La cascarilla sirve para hacer bebidas todavía típicas de algunos lugares, solo se pone a macerar un puñado de cascarilla unos minutos, luego esta se hierve con leche y se bebe caliente. Pero esta bebida resultante carece de nutrientes y en algunas ocasiones la cascarilla suele contener cobre en cantidades altas. Por ser muy amarga, la cocoa es un recurso con gran rendimiento económico sobre todo para las industrias que modifican el sabor de la cocoa con grandes márgenes de azúcar, que por ser tan amarga necesita.

El siguiente paso es la mezcla. Determinadas cantidades de diferentes variedades de granos son pesadas e introducidas en un depósito cilíndrico, previamente a su paso a las máquinas de molienda. La mezcla de diferentes granos para hacer cacao en polvo es menos exigente que la del chocolate.

A continuación, se muelen las habas del cacao. Las habas trituradas pasan a través de una batería de molinos y se someten a un batido a una temperatura constante de 60-80°; la duración de este tratamiento puede ir de las 18 a las 72 horas. La duración influye en la textura del chocolate resultante: a menos batido, mayor aspereza. Por efecto de la trituración, el tejido celular de las habas, que contiene de un 50 a un 60 % de manteca de cacao, permite la liberación en parte de esta grasa, que luego se licúa por efecto del calor generado por el frotamiento. El resultado es una pasta fluida pero densa, la pasta de cacao: una suspensión de sustancias con cacao en manteca de cacao.

Para su utilización en los diferentes productos, esta pasta se homogeneiza y se calienta a 100°, para ser luego propulsada en prensas hidráulicas. Se extrae así la mayor cantidad posible de manteca de cacao, que se filtra y se compacta en grandes bloques. La pasta de cacao, con un porcentaje de grasa reducido entre el 8 y el 22 %, se presenta en forma de pan u hogaza. Esta parte sólida es durísima, pues se solidifica a 600 atmósferas. El característico crujido y el delicado brillo del buen chocolate son debido a la estructura cristalina de la manteca de cacao.

La manteca de cacao, aparte de su utilización en la elaboración de chocolates, se usa en jabones y cosmética, por tener un punto de fusión ligeramente inferior a la temperatura corporal, lo que la convierte en una base perfecta para lápices de labios y otras cremas.

La elaboración del chocolate pasa por su última fase con la cuidadosa mezcla de la pasta y la manteca de cacao con azúcar, refinando la composición resultante por medio de trituradoras-refinadoras que producen una pasta muy delgada. A continuación, se efectúa la operación más importante, el conchado (o concheado), que le dará al chocolate toda su finura y su untuosidad.

El conchado es un amasado suplementario en artesas que, originalmente, tenían forma de concha. La pasta es batida y estirada en la artesa por unos rodillos, con un lento movimiento de vaivén, durante un periodo de tiempo y a una temperatura que varía según el producto que se quiera obtener (en todo caso, unas horas y, a menudo, varios días). Todas estas operaciones se realizan a una temperatura superior al punto de fusión de la manteca de cacao que, por lo tanto, se mantiene líquida.

El último paso es el templado, que consiste en fundir completamente el chocolate a 50 °C para que se rompan las estructuras cristalinas de la manteca de cacao, enfriarlo a 30° para devolverle la estructura, y, finalmente, aumentar ligeramente la temperatura para que los cristales se agrupen de nuevo en pequeñas cadenas.

Normalmente, el chocolate lleva añadida vainilla (o algún derivado como la vainillina) como aromatizante, y lecitina de soja como emulsionante y estabilizante para mejorar la textura y mantener las cualidades del chocolate; en total, ambos productos no superan el 1% del chocolate.



## **Mercado**

### **Oferta Turística**

Se define a la oferta turística, según la OMT<sup>1</sup> (1998), como “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”.

Los servicios que el Parque Temático, va a ofertar al público son:

- Estacionamiento
- Baterías Sanitarias para hombres y mujeres
- Museo del Cacao: Historia del cacao en el Ecuador
- Chocolatería y Casa del Chocolate: Espacio para la elaboración y degustación del chocolate
- Espacio para Juegos Mecánicos
- Espacio para Atracciones Acuáticas
- Espacio para Juegos Tradicionales
- Espacio de Alimentos y Bebidas
- Espacio para la Feria de Chocolates
- Teatro al aire libre para shows en vivo
- Desfile con carros alegóricos y personajes del parque temático
- Salón de eventos
- Tiendas de souvenirs
- Servicios médicos
- Vestidores para hombres y mujeres y casilleros
- Servicio de atención al cliente
- Servicio de transporte exclusivo hacia el parque: Circuito cerrado
- Caminerías, áreas verdes, áreas de descanso.

Toda la oferta presentada está pensada en las necesidades que se quiere satisfacer en los visitantes, para que el servicio del parque temático genere resultados positivos. Estos servicios se encuentran detallados más adelante.

---

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

## **Demanda Turística**

La demanda turística se entiende como “el número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual” (Mathieson y Wall, 1990)

Para realizar el análisis de la demanda debe considerarse dos escenarios, el mercado meta, el cual es la ciudad de Guayaquil, y el mercado potencial, conformado por la población del cantón Naranjal y de la ciudad de Machala, así como la demanda satisfecha y la demanda insatisfecha.

Según el lugar donde se ubicará el establecimiento, es decir, el cantón Naranjal, se puede determinar que la demanda se encuentra insatisfecha, debido a que no hay ningún sitio de similares características que ofrezca este tipo de servicio al público.

### **Identificación de Clientes Potenciales**

Entendemos por cliente potencial a toda aquella persona que podría llegar a comprar un producto o adquirir un servicio.

Un parque temático es un lugar de esparcimiento en donde la familia completa encontrará entretenimiento y aprendizaje, por lo que llamará la atención de grandes y pequeños. El estudio realizado permite identificar cuáles serían los futuros clientes potenciales del establecimiento.

El mercado potencial, y al que va dirigido el proyecto, es la ciudad de Guayaquil, así como también lo son la localidad del cantón Naranjal y la ciudad de Machala, por encontrarse a una hora del lugar.



## **Método de recolección de datos (o de Investigación)**

### **Encuesta**

La encuesta es una técnica de investigación que busca recopilar datos a través de un cuestionario que se lo realiza de manera verbal o escrita a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

### **Entrevista**

La entrevista es una técnica de investigación realizada entre dos personas, el entrevistador y el entrevistado, con el fin de obtener información directa del mismo ya sea sobre gustos, necesidades o conocimientos sobre algún tema necesarios para la investigación. Es la técnica más utilizada luego de la encuesta.

### **Población**

La población que se considerará para el análisis del proyecto serán los habitantes de la ciudad de Guayaquil que pertenezcan a las clases media, media alta y alta, que según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en su estudio de estratificación económica representan el 40% de los guayaquileños aproximadamente. (INEC, 2011)

Guayaquileños de estrato socioeconómico medio, medio alto y alto: 1'024.202 habitantes.

### **Tamaño de la Muestra**

En estadística se considera población infinita a la que está conformada por 100.000 unidades o más. Como la población seleccionada sobrepasa esta cantidad, se hará uso de la fórmula para población infinita la cual es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 \times P \times Q}{e^2}$$

Imagen N° 5: Fórmula para poblaciones infinitas  
Fuente: [marketingholistico.blogspot.com](http://marketingholistico.blogspot.com)

n: Número de elementos de la muestra.

$z^2$ :  $(1,96)^2$  si la seguridad es del 95% = 3.84

$z^2$ : Nivel de confianza.

p: 0.50

P: Probabilidad de éxito.

q: 0.50

Q: Probabilidad de error.

$e^2$ : 5%  $(0.05)^2 = 0.0025$

e: Margen de error permitido.

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2}$$

n = 384 elementos para la muestra.

## Ficha Técnica de la Muestra

FICHA TÉCNICA DE MUESTREO	
VARIABLES	RESULTADOS
<b>Universo</b>	Habitantes de la ciudad de Guayaquil
<b>Unidad Muestral</b>	Hombres y mujeres de Guayaquil de clase media y alta
<b>Ámbito Geográfico</b>	Ciudad de Guayaquil
<b>Tipo de Muestreo</b>	Aleatoria Estratificada
<b>Nivel de Confianza</b>	95% = 3,84
<b>Error Muestral</b>	5% = 0,0025
<b>Probabilidad de éxito</b>	0,50
<b>Probabilidad de error</b>	0,50
<b>Tamaño de la Muestra</b>	384
<b>Fecha de trabajo de campo</b>	Del 29 de agosto al 5 de septiembre de 2014

**Tabla N° 1: Ficha Técnica de Muestreo**  
Fuente: Elaboración propia

## Proceso de Investigación

### Segmentación Geográfica

La Segmentación Geográfica para el presente proyecto engloba a la población de la ciudad de Guayaquil, donde habitan ciudadanos cuyo Nivel Social Económico se divide en:

A (alta)

B (media alta)

C+ (media)

Esta clasificación está dada por el INEC<sup>2</sup>.

### Resultado de las encuestas Género del encuestado

GÉNERO	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Masculino	198	198	51,56%	51,56%
Femenino	186	384	48,44%	100,00%

Tabla N° 2: Género de los encuestados  
Fuente: Elaboración propia

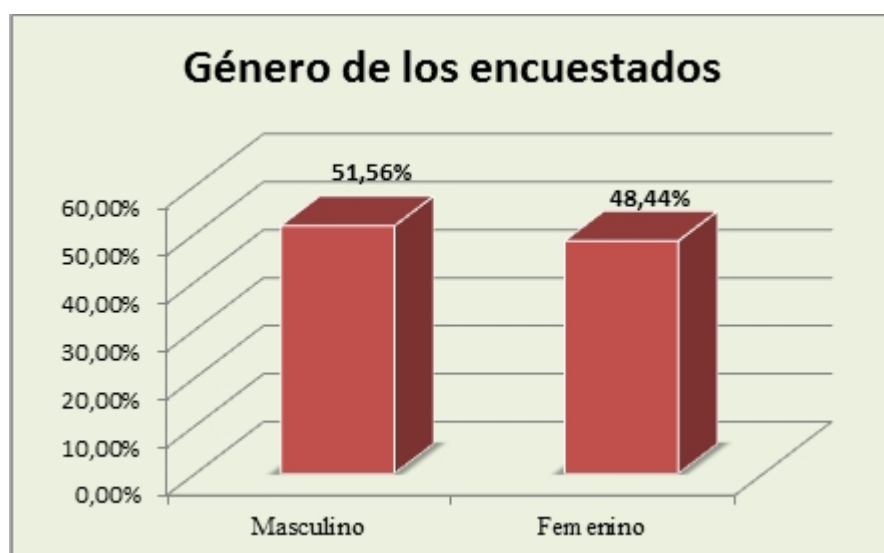


Gráfico N° 1: Género de los encuestados

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La investigación de mercado realizada determinó que el mayor número de encuestados fueron de género masculino en un 51,56% y un 48,44% fueron de género femenino, las instalaciones físicas del complejo serán para los dos géneros.

Rango de edad del encuestado

RANGO DE EDADES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
18 - 20	87	87	22,66%	22,66%
21 - 25	141	228	36,72%	59,38%
26 - 30	93	321	24,22%	83,59%
31 - 40	41	362	10,68%	94,27%
41 - 50	17	379	4,43%	98,70%
51 - 60	5	384	1,30%	100,00%
61 en adelante	0	384	0,00%	100,00%

Tabla N° 3: Rango de edades  
Fuente: Elaboración propia

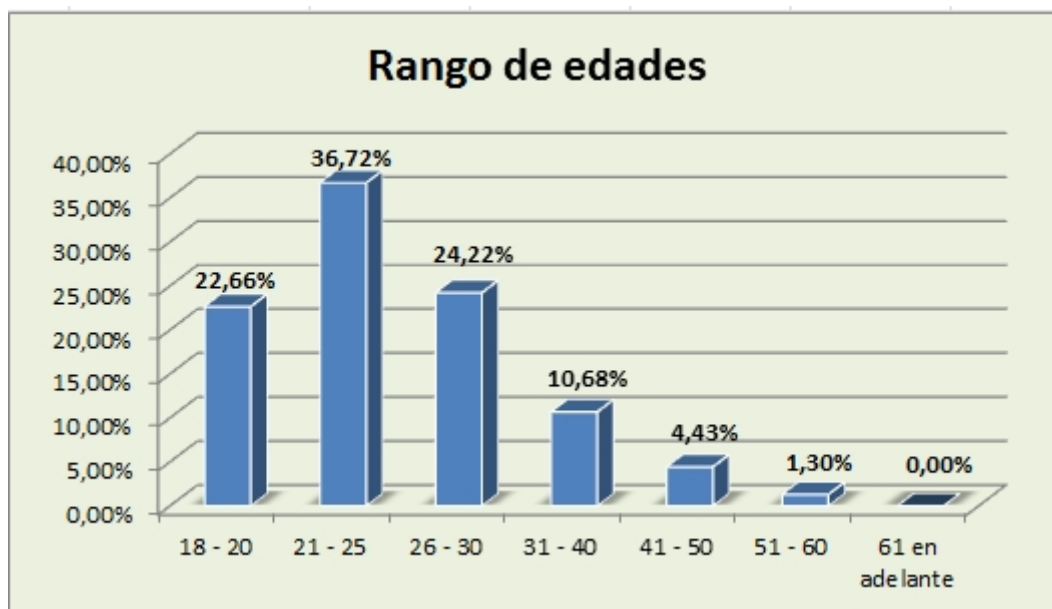


Gráfico N° 2: Rango de edades  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La investigación de mercado determinó que el mayor número de encuestados fueron los jóvenes adultos de entre 21 a 25 años y de 26 a 30, con un 36,72% y un 24,22% respectivamente. Dentro de estos rangos se encuentran personas que ya poseen familia y trabajo estable, por lo que son un buen mercado al cual apuntar.

Elija el rango promedio en el que se encuentran sus ingresos mensuales:

RANGO INGRESOS MENSUALES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
\$0 - \$340	108	108	28,13%	28,13%
\$341 - \$1000	167	275	43,49%	71,61%
\$1001 - \$1500	83	358	21,61%	93,23%
\$1501 - \$2000	15	373	3,91%	97,14%
\$2001 en adelante	11	384	2,86%	100,00%

Tabla N° 4: Rango de ingresos mensuales  
Fuente: Elaboración propia

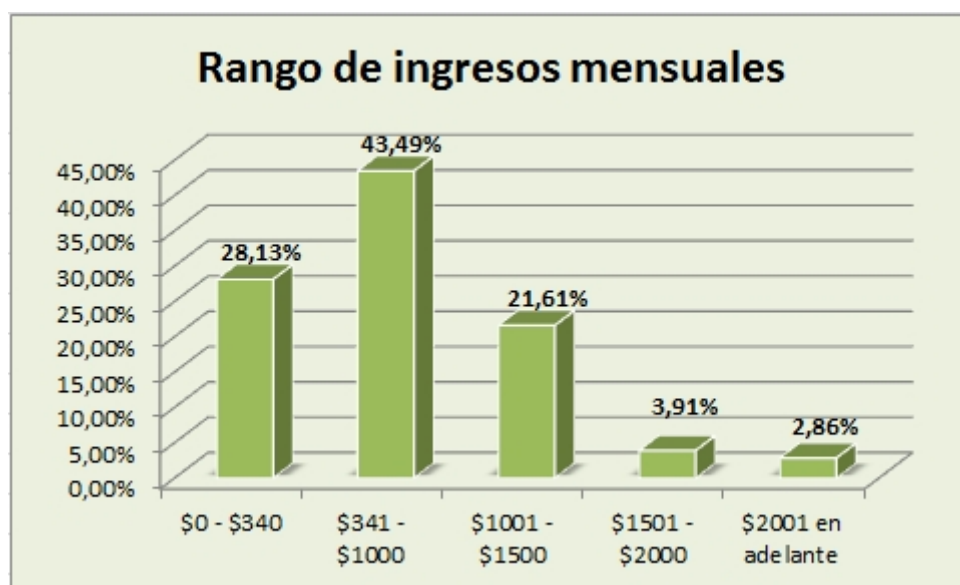


Gráfico N° 3: Rango de ingresos mensuales  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Según la investigación de mercado se determinó que el 43,49% de los encuestados perciben un ingreso mensual de entre \$341 a \$1000, por lo que su poder adquisitivo si permitiría que acudan al parque. También se muestra como valor significativo las personas que reciben entre \$1001 a \$1500 mensualmente.

Ocupación que desempeña

OCUPACIÓN	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Estudiante	97	97	25,26%	25,26%
Profesional	56	153	14,58%	39,84%
Trabajador	62	215	16,15%	55,99%
Trabaja y estudia	169	<b>384</b>	44,01%	<b>100,00%</b>

Tabla N° 5: Ocupación que desempeña  
Fuente: Elaboración propia

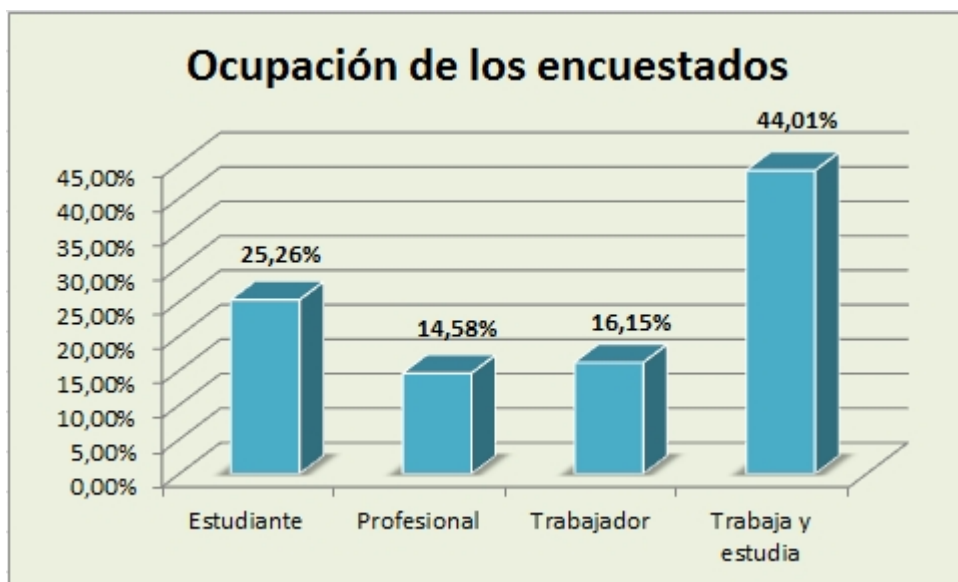


Gráfico N° 4: Ocupación de los encuestados  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Los resultados de la ocupación de los encuestados determinan que el mayor número de la muestra, con un 44,01%, son personas que trabajan y estudian, por lo que perciben un sueldo fijo, del cual pueden destinar una pequeña parte para visitar el parque.

¿Qué actividad prefiere realizar en sus tiempos libres?

ACTIVIDAD DE PREFERENCIA	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Practicar deportes	45	45	11,72%	11,72%
Salir con amigos	78	123	20,31%	32,03%
Viajar fuera de la ciudad	136	259	35,42%	67,45%
Visitar centros de diversión o de esparcimiento familiar	102	361	26,56%	94,01%
Quedarse en casa	23	384	5,99%	100,00%

Tabla N° 6: Actividad de preferencia  
Fuente: Elaboración propia



Gráfico N° 5: Actividad de preferencia  
Fuente: Elaboración propia



Interpretación:

La investigación de mercado nos muestra que la mayoría, con un 35,42%, prefiere viajar fuera de la ciudad en sus tiempos libres, seguido por un 26,56% que gustan de visitar centros de diversión o de esparcimiento familiar, lo que sería muy beneficioso debido a que sí viajarían a Naranjal a visitar este establecimiento turístico con amigos o familia.

¿Ha visitado alguna vez un parque temático?

VISITA A UN PARQUE TEMÁTICO	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Si	258	258	67,19%	67,19%
No	126	384	32,81%	100,00%

Tabla N° 7: Visita a un parque temático  
Fuente: Elaboración propia

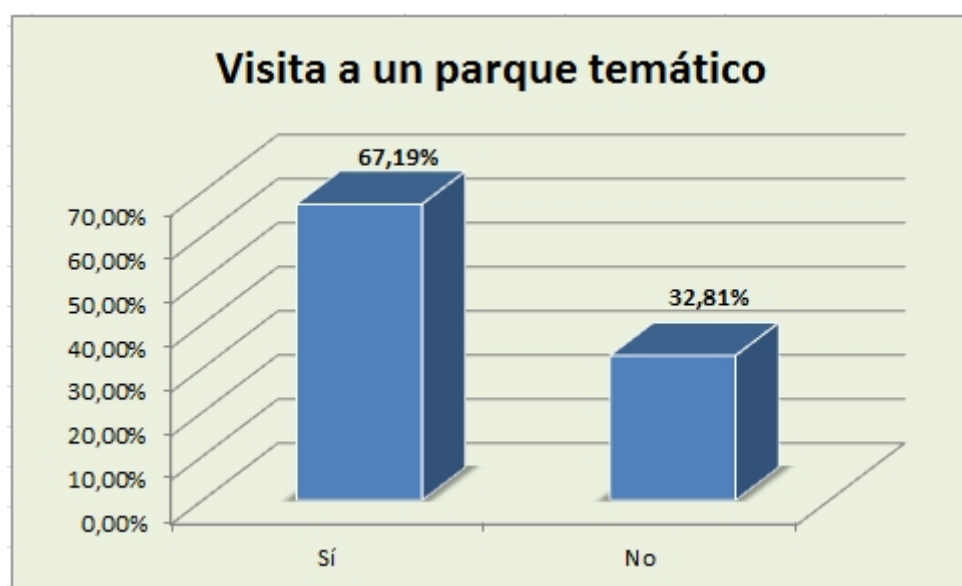


Gráfico N° 6: Visita a un parque temático  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Del total de la muestra, el 67,19% de las personas si han visitado un parque temático anteriormente, es decir que ya muchos tienen idea de lo que se podría ofrecer en el establecimiento y eso les resulta llamativo.

¿Qué atracción es de su preferencia en un parque temático?

ATRACCIÓN DE PREFERENCIA	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Juegos mecánicos	146	146	38,02%	38,02%
Shows en vivo	96	242	25,00%	63,02%
Museos	63	305	16,41%	79,43%
Atracciones culturales	79	<b>384</b>	20,57%	<b>100,00%</b>

Tabla N° 8: Atracción de preferencia  
Fuente: Elaboración propia

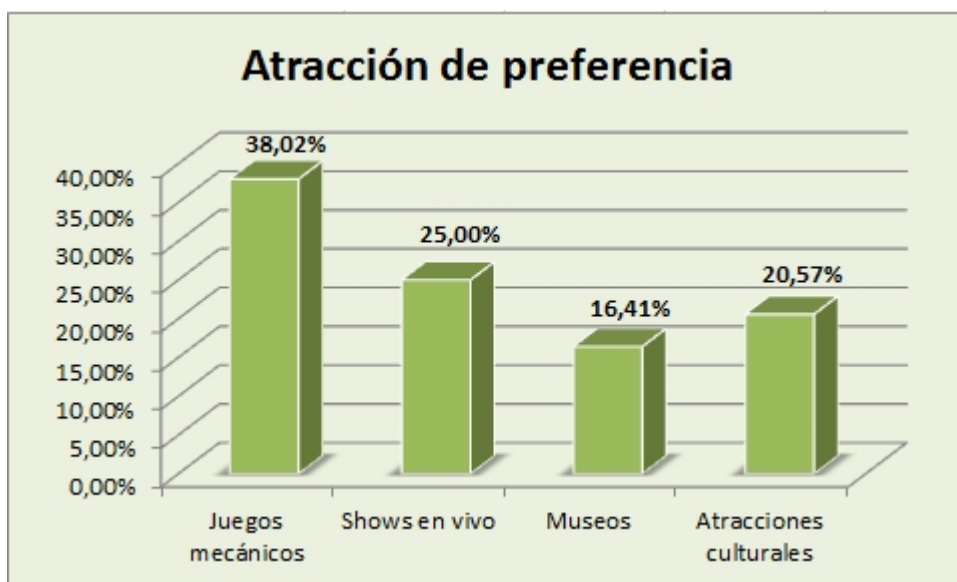


Gráfico N° 7: Atracción de preferencia  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La investigación de mercado determina que el 38,02% de la muestra prefieren los juegos mecánicos dentro de un parque temático, es decir, que es necesario ofrecer atracciones al gusto de todas las edades, al igual que se debe ofrecer un buen show en vivo que deleite a los asistentes, ya que el 25% gustan de este.

¿Qué desearía encontrar en un parque temático sobre el chocolate?

ASPIRACIONES DE LA TEMÁTICA	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Museos educativos	40	40	10,42%	10,42%
Atracciones mecánicas	89	129	23,18%	33,59%
Feria de chocolates	177	306	46,09%	79,69%
Shows en vivo	66	372	17,19%	96,88%
Limpieza y seguridad	12	384	3,13%	100,00%
Otro	0	<b>384</b>	0,00%	<b>100,00%</b>

Tabla N° 9: Aspiraciones de la temática  
Fuente: Elaboración propia

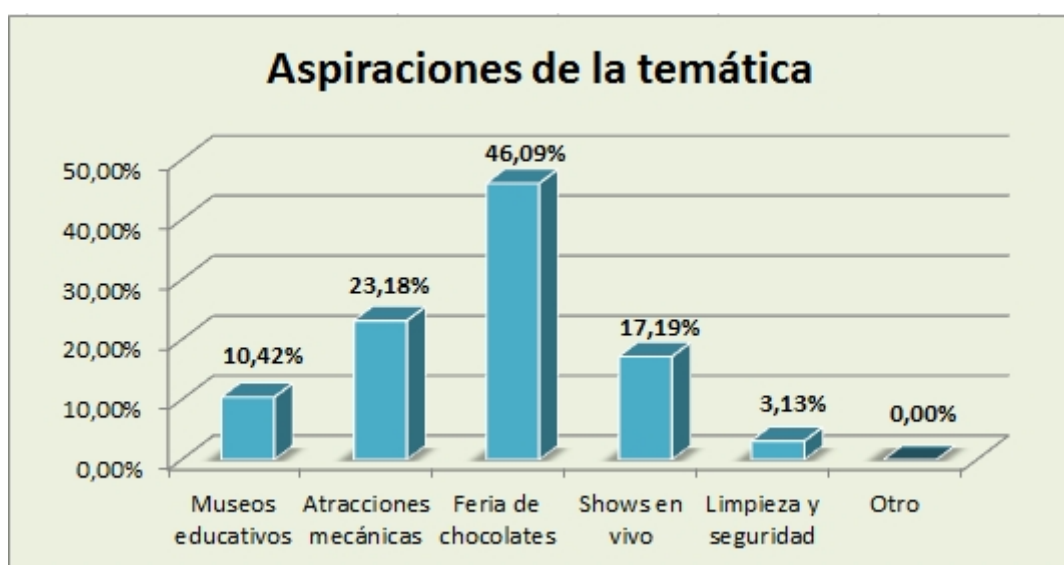


Gráfico N° 8: Aspiraciones de la temática  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Según la investigación realizada para conocer qué desearían encontrar las personas en el parque se concluye que la mayoría, con un 46,09%, desean una feria de chocolates, que los ofrezca en todo tipo y que deleite los paladares de todos los visitantes.

¿Qué servicio adicional preferiría encontrar dentro de un parque temático?

SERVICIO ADICIONAL	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Coches para niños	61	61	15,89%	15,89%
Servicio médico	99	160	25,78%	41,67%
Teléfonos	28	188	7,29%	48,96%
Sillas de ruedas	24	212	6,25%	55,21%
Casilleros	73	285	19,01%	74,22%
Estacionamiento	99	384	25,78%	100,00%
Otro	0	384	0,00%	100,00%

Tabla N° 10: Servicio Adicional  
Fuente: Elaboración propia

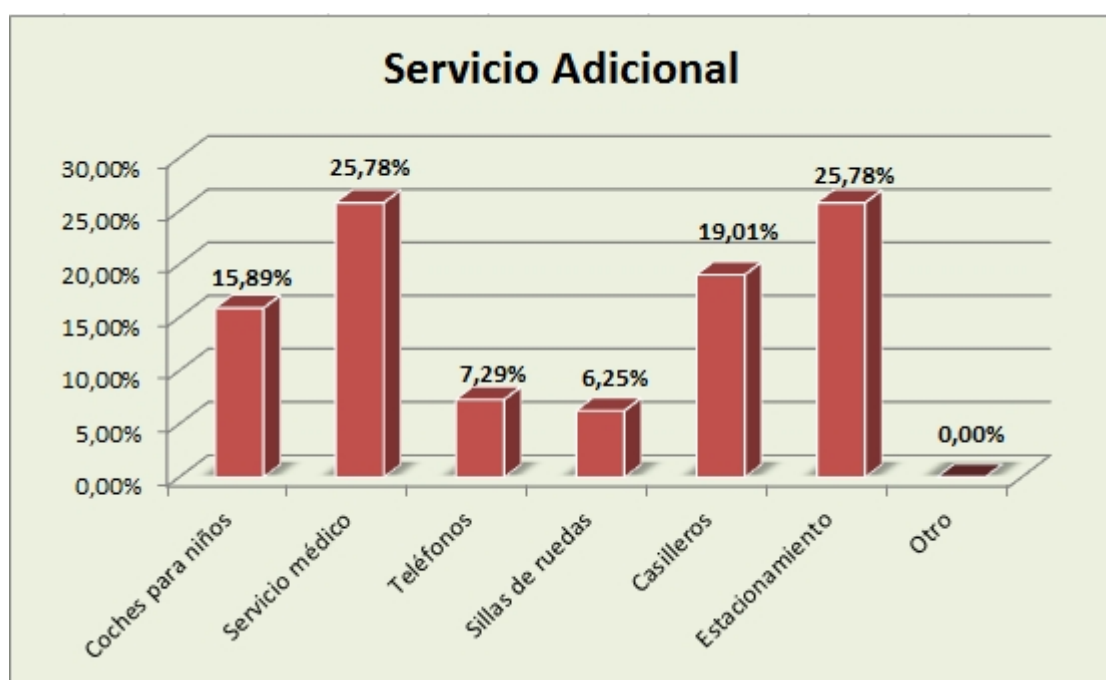


Gráfico N° 9: Servicio adicional  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La investigación de mercado determina que tanto el servicio médico como el estacionamiento son requerimientos que las personas desean encontrar al acudir a un parque temático, y que les da esa sensación de seguridad que necesitan, teniendo cada uno un porcentaje del 25,78%.

¿Qué clase de souvenirs (recuerdos) le gustaría encontrar dentro de un parque temático?

SOUVENIRS	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Camisetas	164	164	42,71%	42,71%
Gorras	26	190	6,77%	49,48%
Juguetes/Peluches	49	239	12,76%	62,24%
Artículos para el hogar	41	280	10,68%	72,92%
Adhesivos	14	294	3,65%	76,56%
Llaveros	90	<b>384</b>	23,44%	<b>100,00%</b>

Tabla N° 11: Souvenirs  
Fuente: Elaboración propia

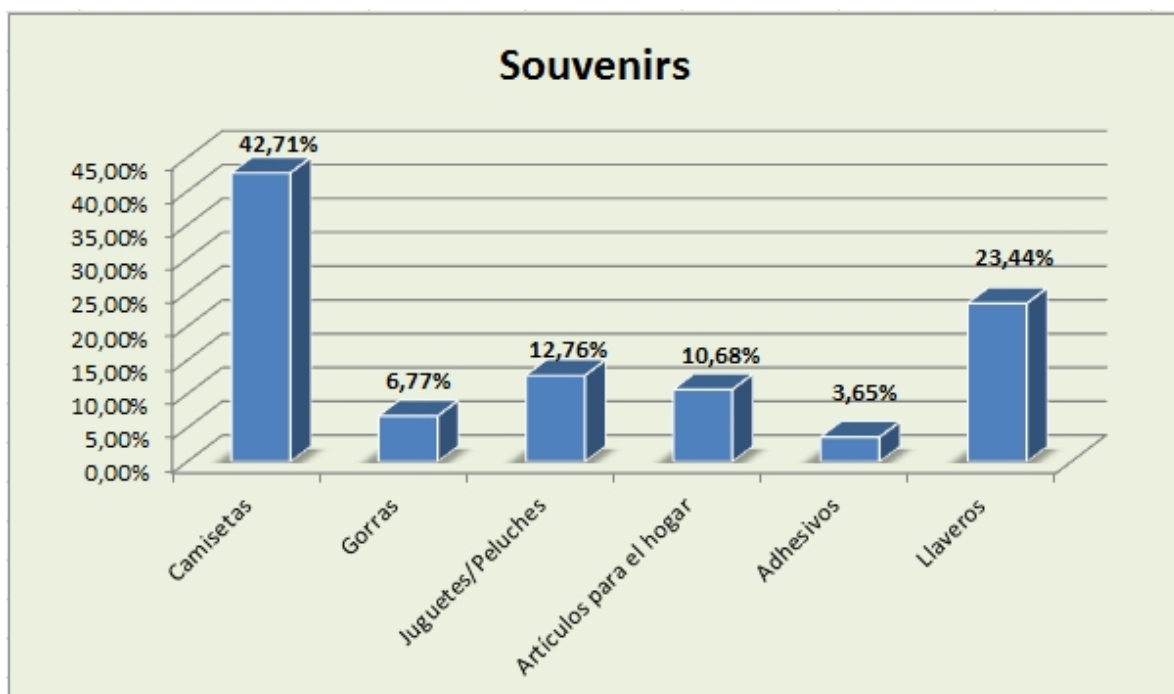


Gráfico N° 10: Souvenirs  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Los resultados de la investigación acerca de los souvenirs que desean las personas nos muestra que el 42,71% prefieren adquirir camisetas, que posean frases o el logo del establecimiento como un bonito recuerdo del lugar.

¿Qué clase de comida le gustaría adquirir en un parque temático?

PREFERENCIA POR COMIDAS	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Comidas rápidas	171	171	44,53%	44,53%
Comidas especializadas	84	255	21,88%	66,41%
Comidas de la región	129	<b>384</b>	33,59%	<b>100,00%</b>

Tabla N° 12: Preferencia por comidas  
Fuente: Elaboración propia

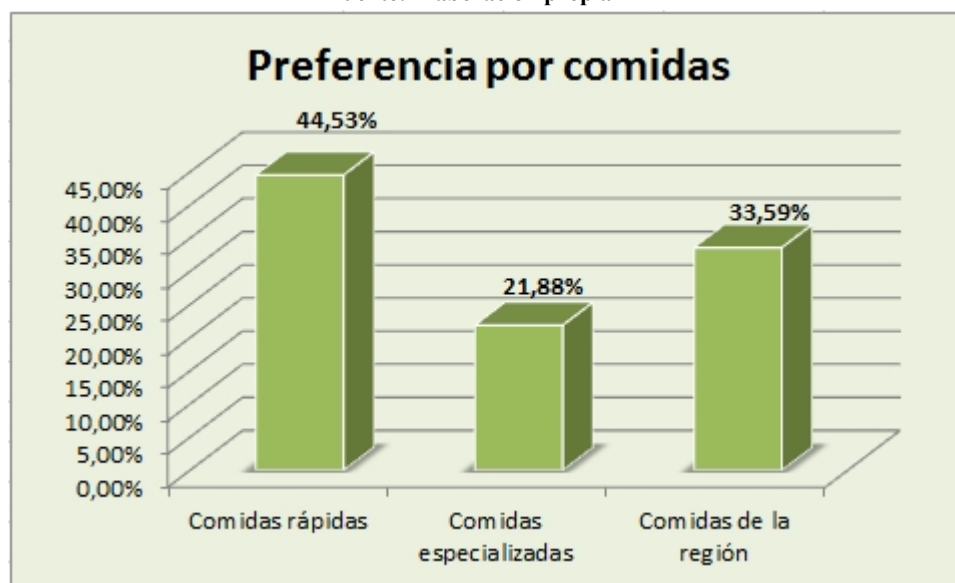


Gráfico N° 11: Preferencia por comidas  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La investigación para determinar la clase de comida que consumirán los encuestados concluye que el 44,53% prefieren las comidas rápidas, seguido por el 33,59% que desean comida de la región o típica. Es importante tomar en cuenta esta necesidad para saber qué tipo de establecimientos de alimentos y bebidas se establecerán en el lugar.

¿Le gustaría que existiera un parque temático sobre el chocolate en el cantón Naranjal, como nuevo atractivo turístico?

GUSTO POR LA UBICACIÓN DEL PARQUE TEMÁTICO	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Sí	362	362	94,27%	94,27%
No	22	384	5,73%	100,00%

Tabla N° 13: Gusto por la ubicación del parque temático  
Fuente: Elaboración propia

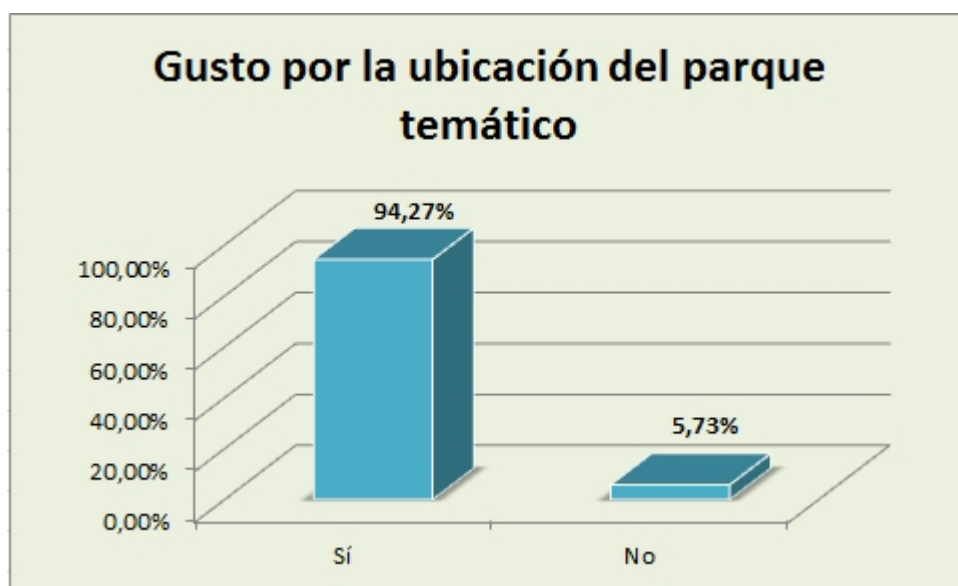


Gráfico N° 12: Gusto por la ubicación del parque temático  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La investigación de mercado determina que el 94,27% de la muestra está de acuerdo con que exista un parque temático en el sitio indicado, lo que refleja que las personas si están dispuestas a movilizarse hasta Naranjal para visitarlo, generando turismo a la zona.

¿Qué rango de precio estaría dispuesto a cancelar por la entrada a este parque temático?  
(Recuerde que el precio incluye el uso de todas las instalaciones, excepto gastos personales y de Alimentos y Bebidas)

RANGO DE PRECIO DE ENTRADA	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
\$15 - \$20	243	243	63,28%	63,28%
\$20 - \$25	110	353	28,65%	91,93%
\$25 - \$30	31	384	8,07%	100,00%

Tabla N° 14: Precio de entrada  
Fuente: Elaboración propia

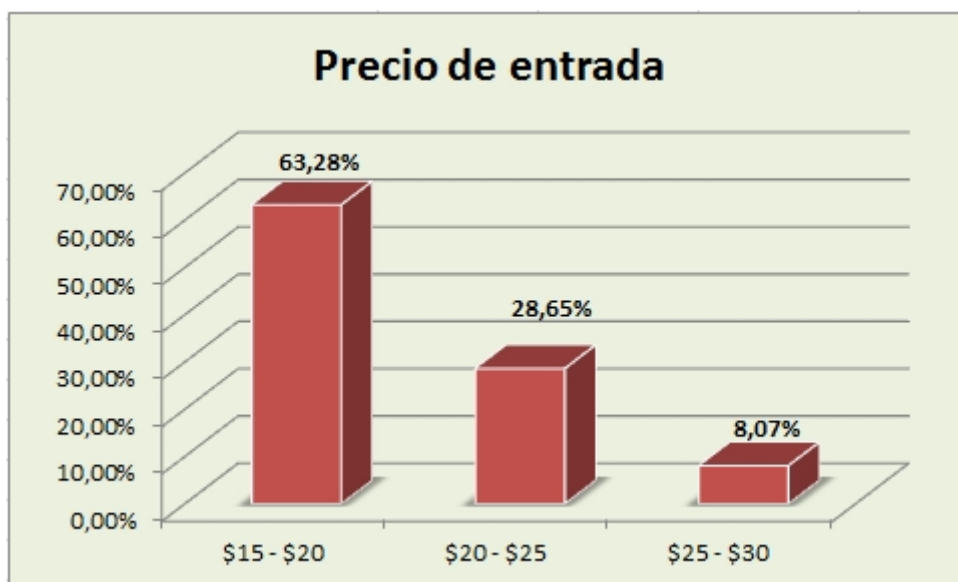


Gráfico N° 13: Precio de entrada  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Los resultados sobre la disposición de las personas hacia el valor a cancelar por la entrada determinan que la mayoría, con un 63,28%, pagaría un valor dentro del rango de \$15 a \$20. Hay que tomar en consideración este punto pensando en la economía de los visitantes, ofreciendo un precio razonable y asequible.



Para usted, el precio a cancelar tiene relación con:

RELACIÓN DEL PRECIO	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Atracciones	152	152	39,58%	39,58%
Infraestructura	91	243	23,70%	63,28%
Servicio	83	326	21,61%	84,90%
Tecnología	44	370	11,46%	96,35%
Ubicación	14	<b>384</b>	3,65%	<b>100,00%</b>

Tabla N° 15: Relación del precio  
Fuente: Elaboración propia

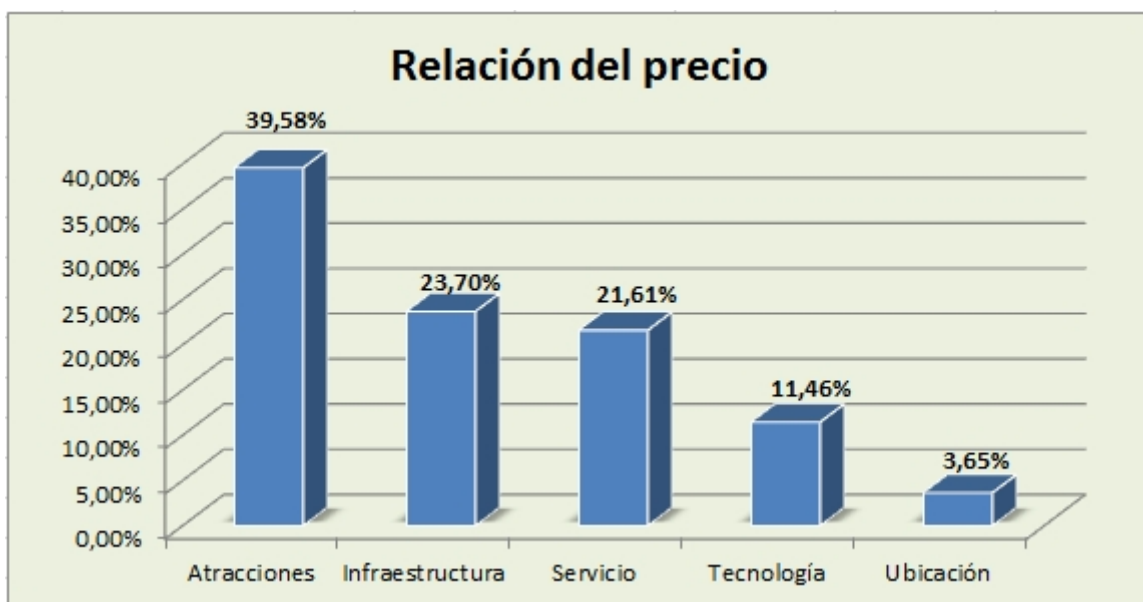


Gráfico N° 14: Relación del precio  
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La investigación de mercado nos muestra que el 39,58% de los encuestados asocian el precio a cancelar con las atracciones mecánicas y no mecánicas que se implementarán en el parque temático, seguido por la infraestructura en un 23,70%. Los visitantes esperan encontrar excelentes atracciones en un ambiente de calidad.

### **Resultado de las entrevistas**

Para la entrevista se formularon preguntas abiertas tanto para personas que trabajan en empresas públicas como las que trabajan en privadas, en donde el entrevistado tuvo la oportunidad de opinar libremente acerca del tema que se está investigando. Esto permitió confirmar las ideas planteadas para el proyecto y corregir los errores.

Luego de haber realizado las 10 entrevistas requeridas, se puede determinar que a todos los entrevistados les parece muy llamativa e interesante la temática del chocolate, debido a varias razones, entre ellas porque recalca que el Ecuador es el principal productor de cacao fino de aroma, el cual es utilizado para la elaboración de éste y porque es innovador y no existe en el país. La mayoría de ellos concuerdan en que la historia es importante dentro del parque temático, exponiendo los inicios del auge cacaotero en el país y su evolución. En cuanto a la acogida que podría tener el parque temático en el mercado, todos concuerdan en que efectivamente si la tendría, tanto por su ubicación y por lo novedoso de su temática. Una de las preguntas más relevantes dentro de las entrevistas determinó que sí existe el apoyo por parte de las instituciones públicas, refiriéndome al Ministerio de Turismo, para la implementación del presente proyecto, siempre y cuando primero se demuestre su factibilidad, que posea un excelente plan de marketing y cuáles serían los beneficiados con este sitio turístico. De igual manera se cuenta con el apoyo de las operadoras turísticas para que el establecimiento sea tomado en consideración dentro de city tours, excursiones o paquetes turísticos.

Y por último todos los entrevistados afirman que este nuevo sitio turístico mejoraría la economía del cantón Naranjal, al atraer más visitantes y turistas y a que se convierta en una parada obligatoria para los viajeros que transitan por la vía Panamericana.

La idea de crear un parque temático resulta muy buena y muestra fuerte acogida por parte de los entrevistados, debido a su temática, a que es un sitio de esparcimiento familiar y a que contribuye al turismo del cantón Naranjal.

## **Conclusiones Generales de la Investigación de Mercado**

Luego de haber realizado el análisis de mercado, se pueden determinar varias conclusiones con respecto a las necesidades de los futuros clientes y se las presenta a continuación:

- El 43,49% de la muestra percibe ingresos de entre \$341 a \$1000.
- El mayor porcentaje de encuestados, con un 44,01% trabajan y estudian.
- El 35,42% de encuestados prefieren viajar fuera de la ciudad, seguido por el 26,56% que visitan centros de diversión o de esparcimiento familiar.
- La mayor parte de la muestra, con un 38,02% tienen preferencia a los juegos mecánicos.
- Casi la mitad de la muestra, con un 46,09%, espera encontrar una gran feria de chocolates.
- La atención médica y el estacionamiento son servicios que el público desea recibir, ambos ocupando un 25,78% cada uno dentro del total de encuestados.
- Del 100% de los encuestados, el 94,27% está de acuerdo en que exista un parque temático sobre el chocolate como nuevo atractivo turístico en el cantón Naranjal.
- El 39,58% del total de encuestados asocian el precio de entrada con las atracciones mecánicas y no mecánicas que ofrecerá el parque.
- Se cuenta con el apoyo de instituciones públicas y privadas para el proyecto.
- El parque temático contribuiría positivamente a la economía del cantón Naranjal.



## **PLAN DE MARKETING**

### **Variables Controlables del Marketing**

#### **Producto o Servicio**

Para entender mejor sobre lo que es un producto, hay que tomar en consideración el siguiente párrafo:

Los individuos satisfacen sus necesidades y deseos con productos. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer para satisfacer una necesidad o un deseo... el concepto de producto no se limita a objetos físicos... en sentido más amplio, los productos incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas (Kotler, 2004).

#### **Descripción del Producto o Servicio**

El objetivo fundamental del parque temático es, como ya se lo ha mencionado anteriormente, ofrecer un servicio de entretenimiento y aprendizaje, siendo un lugar de esparcimiento en donde la familia completa podrá disfrutar e integrarse, llamando la atención de grandes y pequeños. Todos los servicios tienen como finalidad satisfacer las necesidades de los visitantes.

Las atracciones y los servicios que el público va a poder disfrutar dentro del Parque Temático son:

Museo del Cacao: Este lugar ofrecerá a los visitantes información acerca de todo lo relacionado al cacao ecuatoriano, a través de recorridos guiados por personal del parque que demostrarán la importancia que tiene esta fruta para el país.

Chocolatería: Este lugar mostrará a los visitantes todo lo relacionado con el chocolate fabricado en el país, a través de un recorrido guiado por personal del parque. En la parte externa se encontrará una pequeña área de descanso con bancas, así como una tienda de souvenirs, para llevarse los más lindos recuerdos y disfrutar de deliciosos chocolates.

Casa del Chocolate: En la parte externa de la Chocolatería, se encontrará este lugar en donde el visitante podrá vivir la experiencia de derretir chocolate, para luego moldearlo al gusto con plantillas de diferentes formas, hacer letras de chocolate con sus nombres y añadirle los aderezos a su elección, bajo la supervisión de personal capacitado del parque, finalizando con una fotografía para el recuerdo junto con el personaje del parque, Don Cacao.

Juegos: El parque contará con diversos tipos de juegos para el público de todas las edades, es por ello que se lo ha segmentado en: juegos mecánicos, atracciones acuáticas (piscinas) y juegos tradicionales, a fin de que el público que lo visite tenga diversas opciones para divertirse.

#### Juegos Mecánicos:

- Montaña Rusa “Dulce Adrenalina”
- Noria o Rueda de la Fortuna “Rueda Cacaotera”
- Carrusel “Fino Sabor”
- Tacitas giratorias “Bebamos Chocolate”

#### Atracciones Acuáticas:

- Piscina “Brisa Marina”
- Piscina “Choco Tobogán”

Juegos Tradicionales: En esta área se encontrarán diversos juegos para niños como lo son: resbaladera, columpios o mecedoras, sube y baja, pasamanos, juegos de aventura, entre otros.

Feria de Chocolates: Lugar en donde se presentarán exposiciones de varios tipos de chocolates, que los visitantes podrán adquirir. Por supuesto no podría faltar el famoso “Fondue” de chocolate, el cual se lo podrá degustar junto con brochetas de malvaviscos o frutas.

Teatro al aire libre para shows en vivo: En este show se representará la historia del auge cacaotero en el país y cómo

trabajaban los campesinos de ese entonces con esta fruta, a través de una dramatización. Seguido por bailes folklóricos y música en vivo. El teatro contará con techos que cubrirán parcialmente el lugar, debido al clima que se presente.

**Desfile:** Para que el parque temático tenga más vida, se presentará en un único horario antes del cierre del lugar, un desfile denominado “Desfile de Oro”, haciendo alusión al cacao fino de aroma o Pepa de Oro, el cual recorrerá las áreas principales del lugar, donde participarán pequeños carros alegóricos con las figuras representativas del parque, los actores del show del cacao y los personajes infantiles, acompañados de banda musical y payasos que llenarán de alegría y diversión a los visitantes e interactuarán con ellos.

**Salón de eventos:** Podrá ser alquilado para cualquier tipo de evento que solicite el cliente, ya sean eventos sociales, conferencias, seminarios, capacitaciones y demás. Este salón está pensado también para llevar a cabo los eventos relacionados con el cacao y chocolate que realizan diferentes instituciones públicas y privadas anualmente, como es el caso de la Prefectura del Guayas, promocionando la Ruta del Cacao, y de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (Anecacao), que programa congresos, conferencias y demás para informar acerca de los avances que existen en cuanto al cacao y al chocolate ecuatoriano. Para los más pequeños del hogar se ha pensado en crear paquetes especiales de cumpleaños, los cuales se llevarán a cabo en este salón, donde los infantes elegirán a su personaje preferido y compartirán momentos inolvidables.

**Edificio Administrativo:** En la planta alta se ubicarán oficinas para el personal administrativo del parque. En la planta baja se ubicarán oficinas para los jefes operativos, de entretenimiento y de seguridad, en este último se encontrará el control de las cámaras de vigilancia. De igual manera aquí estará el departamento de atención al cliente y el de servicios médicos.

Alimentos y bebidas: El parque contará con dos patios de comidas, en el que cada uno dispondrá de 5 espacios para locales de venta de comidas rápidas, bebidas y dulces, y un espacio para mesas y sillas generales. Dichos espacios están destinados al alquiler de cualquier marca de alimentos y bebidas reconocidas en el medio que desee establecerse en el lugar para vender sus productos o personas naturales que deseen iniciar un negocio.

Estacionamiento: En la parte externa del parque temático, será el lugar indicado para ubicar 180 plazas de estacionamiento, considerando 20 espacios para buses y 160 para vehículos livianos, siendo necesario contar con servicio de vigilancia en todo momento, otorgándole una sensación de tranquilidad al visitante.

Baterías Sanitarias: En diferentes partes del parque temático, se contará con 5 bloques de baterías sanitarias (incluido el baño del edificio administrativo). En cada bloque se dispondrá de 6 baños para hombres y 6 para mujeres, siendo necesario incluir en cada uno baños para personas con discapacidad.

Servicios médicos: Como la atención y la seguridad son prioridad dentro del parque, se ofrecerá servicio de primeros auxilios en caso de que se suscite alguna emergencia entre los visitantes, con personal capacitado en el tema. Este departamento se ubicará dentro del edificio administrativo.

Servicio de atención al cliente: Se proporcionará información del parque a los visitantes, además de atender los reclamos y las sugerencias de los mismos. El departamento de atención al cliente se ubicará dentro del edificio administrativo.



Servicio de transporte exclusivo hacia el parque: Se contará con un circuito cerrado de transporte cómodo y de lujo que llevará a los visitantes que lo deseen desde la ciudad de Guayaquil hacia el parque temático, tomando al Malecón Simón Bolívar (Malecón 2000) como punto de encuentro, siendo su horario de salida a las 09:00 y 11:00 de miércoles a domingo, que son los días en que funciona el parque, y su retorno a las 18:00 y 19:00, dependiendo del horario de cierre, desde el estacionamiento del parque. El bus también puede ser alquilado para la transportación de grupos estudiantiles, empresariales y de turistas.

Tiendas de souvenirs: El parque dispondrá de tres tiendas de recuerdos, uno de ellos ubicado junto a la entrada del parque, otro junto a la Chocolatería y el tercero junto a los juegos tradicionales. Aquí se venderán artículos con el logo del parque tales como: camisetas, gorras, adhesivos, llaveros, juego de tazas de café, entre otros. No podrían faltar deliciosos chocolates y jugo de cacao.

Vestidores: Ubicados cerca de las atracciones acuáticas, en donde los visitantes podrán cambiarse de vestimenta para poder disfrutar de las mismas, existiendo vestidores para adultos y niños.

Servicio de Casilleros: Se pone a disposición de los visitantes el servicio de casilleros para las personas que quieren guardar sus pertenencias antes de disfrutar de las atracciones acuáticas.

Letreros de Señalización: El parque poseerá 6 letreros de señalización que ayudarán al visitante a ubicarse dentro del mismo y permitirán que encuentren las atracciones que buscan.

Punto de información: Al momento de ingresar al parque temático, se pondrá a disposición del público una pequeña caseta en donde

el visitante podrá solicitar información referente a las atracciones, shows y el desfile.

Mapas del parque temático: Para tener una mejor visualización de todas las atracciones que poseerá el parque, se pondrá a disposición de los visitantes mapas en donde podrá obtener información más detallada de lo que podrá apreciar en dichas atracciones. Estos mapas se ubicarán tanto en la caseta de información como en dos mostradores localizados en diferentes zonas del parque y se los podrá encontrar en idioma inglés y español.

### **Marca del Producto**

La creación de una marca para un producto o servicio es clave para generar una imagen positiva del proyecto. Esta marca es el centro del marketing del negocio, y debe ser muy claro y entendible para que los consumidores lo puedan recordar.

Luego de haber contemplado varias opciones para el nombre del parque temático, como lo eran “Parque temático del chocolate del Ecuador”, “Chocoparque” o “Parque de la Pepa de Oro”, se decidió que el nombre ideal es “Parque Nacional del Chocolate”, debido a que involucra al país y demuestra lo importante que es este producto para el Ecuador. Este nombre irá acompañado del eslogan “El dulce sabor del entretenimiento”, que describe lo ideal que será compartir buenos momentos de diversión, entretenimiento y aprendizaje en el lugar, acompañado del mejor chocolate del mundo. En el logo se muestra un castillo, que normalmente representa la tierra de la diversión en cualquier parque de atracciones, y un cacao con camisa, pantalón y lentes intelectuales que representa el conocimiento del cual se podrán nutrir los visitantes del parque, y lleva por nombre “Don Cacao”, siendo el personaje principal del establecimiento. Los colores utilizados en las letras y en la imagen han sido variaciones del color café, debido a que representa el color de la tierra, del cacao y del chocolate.



Imagen N° 7: Logotipo del parque temático  
Fuente: Elaboración propia

## Posicionamiento

El posicionamiento que ocupe el parque temático dentro del mercado es muy importante, ya que tratará de realzar sus atributos más importantes para lograr ocupar un correcto espacio en la mente de los consumidores, con relación a otros establecimientos turísticos.

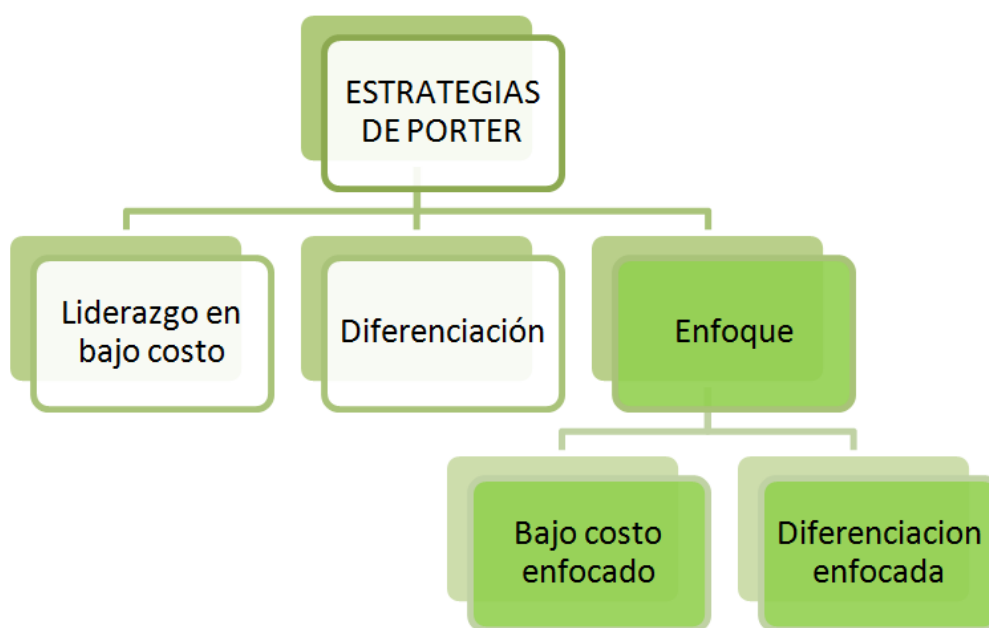
El Parque Nacional del Chocolate se proyectará como el primer parque temático con un concepto innovador y llamativo que conlleva historia y diversión, ofreciendo todo tipo de servicios necesarios para la recreación y satisfacción de los visitantes. Se posicionará en la mente de los consumidores precisamente por su temática del chocolate, ya que es un producto muy solicitado, sobre todo el ecuatoriano a nivel internacional y considerado uno de los mejores del mundo.

## Estrategia de Producto

Para lograr posicionar un nuevo producto o servicio dentro del mercado, es necesario contar con una estrategia o ventaja competitiva, que la destaque de la competencia y la convierta en única, y de esta manera alcanzar los objetivos deseados. Se conoce que los consumidores cambian de gustos

constantemente, y es por ello que los negocios deben mantenerse en constante innovación para permanecer vigentes en el mercado.

Según las 3 estrategias genéricas que estableció Michael Porter (2009), el parque temático utilizará la estrategia de Diferenciación, cuyo objetivo consiste en elaborar productos o servicios considerados únicos en la industria y dirigidos a consumidores que son relativamente poco sensibles a los precios.



**Imagen N° 8: Estrategias de Producto de Michael Porter**  
Fuente: [andresevta2.blogspot.com](http://andresevta2.blogspot.com)

Como la industria de los parques temáticos aún no ha sido desarrollada en el Ecuador, no existe competencia directa, por lo que al ser un nuevo establecimiento con características y servicios innovadores y diferentes para el turismo actual, se espera llegar a posicionar el Parque Nacional del Chocolate en la mente de todos los consumidores, siendo este el objetivo de dicha estrategia.

## **Precio**

Al hablar de precio, se hace referencia al costo que tiene un producto o servicio, es decir, lo que el comprador tendrá que pagar al vendedor para poder obtener el mismo. Además, el precio es el único elemento del Marketing Mix que genera ingresos. A continuación se detallarán los precios establecidos para el uso de las instalaciones y servicios del parque temático:

**Entrada al parque:** El valor de entrada al parque será de \$20,00. Esta tarifa incluye el uso de las atracciones del parque, las cuales podrán ser utilizadas las veces que se desee. No incluye alimentos y bebidas ni gastos personales.

**Alquiler de locales de Alimentos y Bebidas:** El parque poseerá 10 locales de alimentos y bebidas, los cuales tendrán un precio de alquiler de \$350,00 mensuales.

**Fotografía enmarcada de recuerdo en la Casa del Chocolate:** El valor a cancelar por la fotografía enmarcada con Don Cacao junto con los chocolates personalizados elaborados por cada persona es de \$7,00.

**Alquiler del Salón de eventos:** El local para eventos tendrá un costo de alquiler de \$450,00. Este precio ofrece decoración y montaje básico para un evento. La tarifa varía según el tipo del evento y los requerimientos del cliente. Para ferias, el precio por stand será de \$350,00. Los paquetes especiales de cumpleaños para los más pequeños, tendrán un costo de \$30,00 por niño e incluye la entrada al parque y uso de sus instalaciones, un personaje seleccionado por el cumpleañosero para que anime la fiesta y el local montado y decorado. Los niños deben ir acompañados por sus padres, en caso de que los acompañantes que no están dentro del paquete y deseen hacer uso de las atracciones del parque deberán cancelar el valor de la entrada según corresponda.

**Souvenirs:** Se pondrá a disposición de los visitantes recuerdos variados, entre ellos camisetas, gorras, artículos para el hogar, llaveros, juguetes,

peluches y demás, que rondarán precios dentro de un rango de entre \$4,00 a \$50,00 aproximadamente.

Servicio de transporte exclusivo hacia el parque: El valor a cancelar por el circuito cerrado de transporte será de \$10,00 por persona, en un bus de lujo y cómodo para disfrutar del pequeño viaje desde la ciudad de Guayaquil hasta el cantón Naranjal, incluyendo un souvenir que represente al parque.

## Estrategia de Precios

El éxito de las operaciones de una empresa depende en gran parte del correcto empleo de las técnicas de fijación de precios. Las estrategias seleccionadas para el presente proyecto son las siguientes:

Fijación de precios segmentada: Esta estrategia adopta muchas formas según las diferencias que existen entre clientes, lugares y productos. Para ello el mercado debe ser segmentable. Dentro de esta fijación de precios, se utilizará la estrategia por segmento de clientes, en donde el precio de entrada variará según la edad de los visitantes. A continuación se presentan los valores a cancelar según la segmentación por edades:

VALORES DE ENTRADA			
General (13 a 64 años )	Niños (3 a 12 años)	Niños menores de 3 años	Tercera edad (65 años en adelante) y personas con discapacidad (-50%)
\$20,00	\$15,00	GRATIS	\$10,00

**Tabla N° 16: Valores de entrada**  
Fuente: Elaboración propia

Fijación de precios de descuento y complemento: Dentro de esta fijación de precios se utilizará la estrategia de descuento por cantidad, en donde se ofrecerá una reducción en el precio de entrada para grupos, ya sean estos

estudiantiles, familiares, de amigos, empresariales o de turistas enviados por operadoras turísticas.

PRECIO POR PROMOCIÓN		
NÚMERO DE PERSONAS	VALOR POR NIÑO	¿QUÉ INCLUYE?
1 niño	\$30,00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrada al parque temático y uso de las instalaciones.</li> <li>Personaje para animar a elegir.</li> <li>Local montado y decorado.</li> </ul>
1 persona adicional	Según el valor de entrada correspondiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrada al parque temático y uso de las instalaciones.</li> </ul>
DESCUENTO POR CANTIDAD		
GRUPOS	CANTIDAD	VALOR DE ENTRADA GRUPAL
<b>Estudiantiles</b>	10 personas por grupo	\$160,00
<b>Familiares/ Amigos</b>	5 personas por grupo	\$80,00
<b>Empresariales</b>	5 personas por grupo	\$85,00
<b>Turistas</b>	5 personas por grupo	\$85,00

**Tabla N° 17: Descuento por cantidad**  
Fuente: Elaboración propia

Fijación de precios por promoción: Esta estrategia debe ser aplicada en épocas de vacaciones, feriados o inauguraciones, en donde se pueden ofertar promociones como “2 niños por 1 boleto” o fijar un día para reducir los valores de entrada general. Además, como ya se había mencionado anteriormente, se ofrecen los paquetes especiales de cumpleaños para niños:

## Plaza o Distribución

Son los canales de distribución las vías por las cuales los servicios del parque temático van a llegar al consumidor final, pueden incluir intermediarios u ofrecer el producto o servicio directamente al cliente.

A continuación se presenta un gráfico de los tipos de canales de distribución que existen hacia el consumidor final:

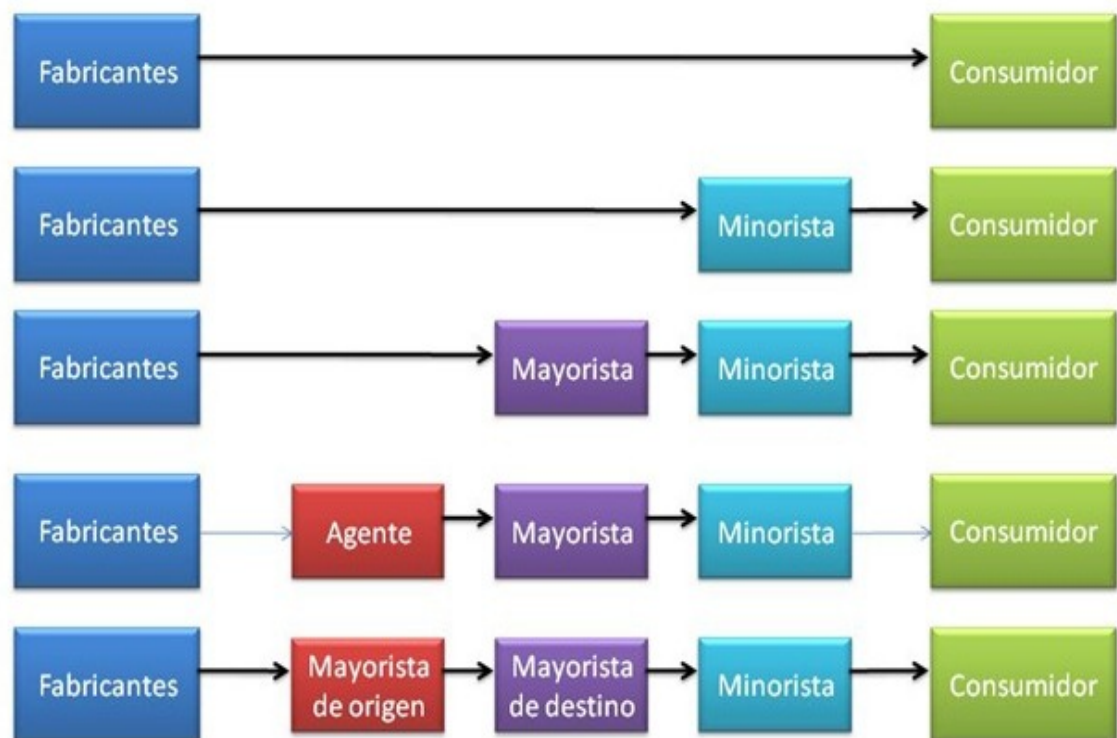


Imagen N° 9: Canales de Distribución  
Fuente: <http://95121408636.blogspot.com/>

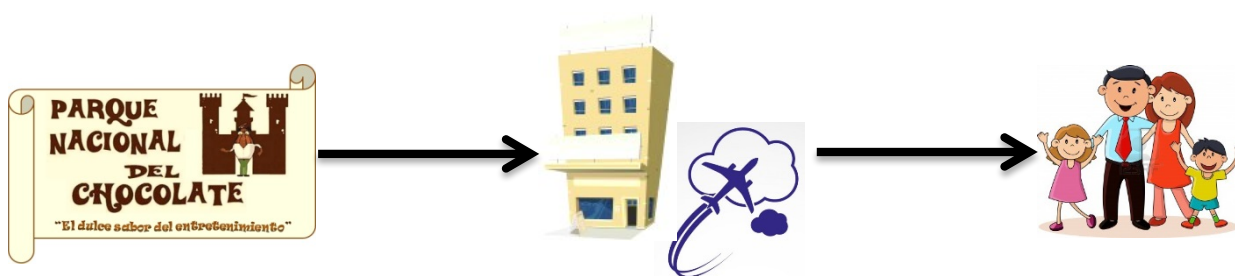
Para el parque temático se aplicarán dos tipos de canales de distribución. El primero será el de “Fabricante – Consumidor”, debido a que el cliente puede obtener el servicio directamente con la empresa.





**Imagen N° 10: Distribución Directa del servicio**  
**Fuente: Elaboración propia**

El segundo canal será el de “Fabricante – Minorista – Consumidor”, siendo las operadoras turísticas, agencias de viajes y hoteles las empresas minoristas por las cuales se hará llegar a conocer a más clientes.



**Imagen N° 11: Distribución Indirecta del servicio**  
**Fuente: Elaboración propia**

## **Estrategia de Comunicación con el Canal**

El Parque Nacional del Chocolate utilizará la estrategia de comunicación denominada “Pull”, la cual consiste en dedicar presupuesto a la publicidad y actividades de promoción de ventas dirigidas al consumidor final.

La estrategia Pull exige el gasto de dinero en publicidad y promoción al consumidor, para crear una demanda de consumo. Si resulta efectiva, el cliente solicitará el servicio a sus intermediarios, y éstos a su vez a los productores, es decir al parque. Cabe recalcar que esta estrategia es más utilizada en productos o servicios que no son muy comunes o son muy diferenciados.

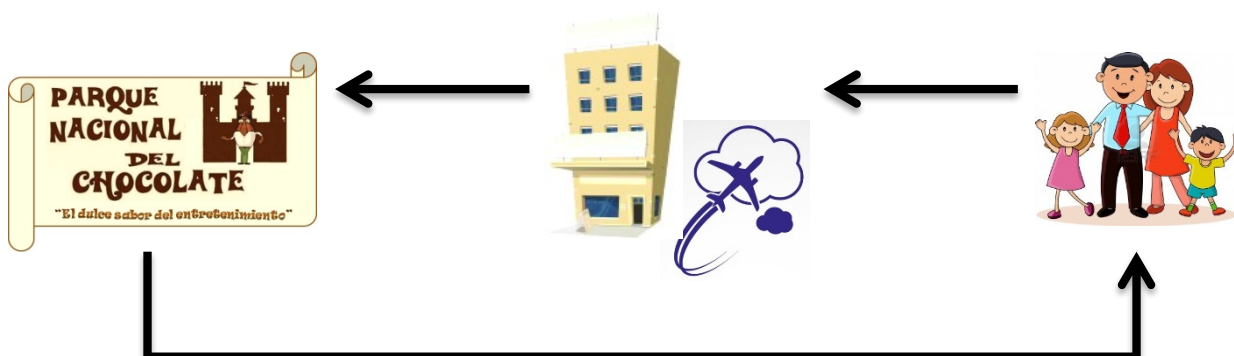


Imagen N° 12: Estrategia Pull  
Fuente: Elaboración propia

## Proveedores de Insumos

Los proveedores que posea cualquier empresa determinarán el éxito de ésta, ya que el contar con buenos proveedores significa poseer insumos de calidad a bajos costos y en el momento que se los requiera. Los principales proveedores del Parque Nacional del Chocolate serán los siguientes:

PROVEEDOR	INSUMOS
<b>La Universal</b>	Esta empresa proveerá al parque de su producto estrella, que es el chocolate, en todas las variedades que fabrica, además de caramelos variados para grandes y pequeños. <u>Dirección:</u> Eloy Alfaro 1103 y Gómez Rendón – Guayaquil.
<b>Chocolate Pacari</b>	Empresa ecuatoriana reconocida a nivel internacional, será la encargada de proveer el mejor chocolate, hecho de la mejor materia prima del mundo, el cacao “Arriba Nacional”, en todas sus novedosas variedades. <u>Dirección:</u> Julio Zaldumbide N24-676 y Miravalle – Quito.
<b>Chacón Print Service</b>	Será la encargada de proveer el material promocional del parque, como lo es la folletería, dípticos, gigantografías, etc.

	<u>Dirección:</u> Cdla. Bolivariana Mz. F Villa 5, Av. Delta y Calle O'Leary – Guayaquil.
<b>Kimberly-Clark Ecuador S.A.</b>	Será la encargada de proporcionar insumos de limpieza tanto para los trabajadores del parque como para los visitantes, entre ellos papel higiénico, papel de manos, servilletas, desinfectantes, toallas y jabones. <u>Dirección:</u> Km 5.5 Vía a Daule – Guayaquil.
<b>Ecuamoda Cia. Ltda.</b>	Se encargará de la confección de los uniformes de los trabajadores del parque temático. <u>Dirección:</u> Boyacá 1321 y Luque – Guayaquil.
<b>Suker S.A.</b>	Esta empresa se encargará de proveer suministros de oficina, papelería y de computación necesarios en las oficinas del parque. <u>Dirección:</u> Cdla. Miraflores C. 7ma #420 E/Brisas y Linderos – Guayaquil.
<b>Importadora Invalmir S.A.</b>	Empresa que se encargará de proveer accesorios y mantenimiento a los juegos acuáticos. <u>Dirección:</u> Centro Comercial Plaza Quil Local 17 – Guayaquil.
<b>Jori Bordados</b>	Se encargará de proporcionar camisetas, gorras y parches bordados que serán puestos en venta como parte de los souvenirs del parque. <u>Dirección:</u> Calle El Cebollar N5-68 y José López (El Tejar) – Quito.

**Tabla N° 19: Proveedores de Insumos**  
**Fuente: Elaboración propia**

## Promoción

La Promoción consiste en informar acerca de los servicios o beneficios que ofrece un producto hacia el público, persuadiéndolo para que el cliente lo adquiera. Para ello es necesaria una correcta publicidad, relaciones públicas, cuñas en medios de comunicación y demás.

Se intentará captar y mantener la atención de los consumidores mediante una correcta promoción del establecimiento en diferentes canales de

comunicación, en donde se proyectará al Parque Nacional del Chocolate como el principal lugar de diversión y esparcimiento para familias y amigos.

### **Distribución de las Herramientas de Comunicación**

Las herramientas de comunicación son muy importantes para dar a conocer los servicios y la imagen que proyecta el parque temático a los consumidores, aumentar el número de clientes y vender el servicio a lo largo de todo el año. El Parque Nacional del Chocolate utilizará varias herramientas para llegar al mercado, las cuales incluyen:

- Redes sociales.
- Medios de comunicación como radio, televisión y prensa escrita.
- Material POP<sup>3</sup>
- Eventos

A continuación se presenta un cuadro detallando las herramientas que se utilizarán para la promoción del parque temático:

---

<sup>3</sup> *Point of Purchase (Punto de Compra)*: Material promocional utilizado para captar la atención del consumidor e impulsarlo a la compra.



## **Tácticas a utilizar para la Promoción y Comunicación del Servicio**

Las siguientes tácticas son las que se utilizará para promocionar al parque temático:

- Se lanzará una campaña previa a la inauguración del parque a través de medios de comunicación y redes sociales, para que el público se vaya informando poco a poco de este nuevo centro de entretenimiento.
- Realizar una pre-inauguración con los medios de comunicación, para que le den cobertura al evento, y con invitados especiales como autoridades importantes del cantón, de la provincia y a personas de instituciones relacionadas al cacao y chocolate.
- Se intentará estar presente en la mayor cantidad de eventos que se realicen en la ciudad, ya sean estos turísticos, gastronómicos, musicales, infantiles y en ferias estudiantiles, para captar más mercado local y extranjero.
- Realizar sorteos en centros comerciales para entradas 2 x 1 en niños.
- Actualizaciones diarias en redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, en donde se compartirán novedades, los servicios que ofrece el parque y promociones.
- Ofrecer paquetes promocionales a grupos, ya sean estos estudiantiles, familiares, empresariales o de turistas.
- Creación de la página web del establecimiento para dar a conocer toda la información necesaria del parque temático.
- Establecer un Plan de Acumulación de Puntos, en donde el visitante acumulará puntos cada vez que visite el parque, y luego podrá canjearlos por premios sorpresa.

## Estrategias de Promoción y Comunicación por el Ciclo de Vida del Servicio

<b>Etapa de Introducción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Creación de una campaña previa a la apertura del parque, a través de medios de comunicación y redes sociales, para generar expectativas e interés.</li> <li>➤ Realizar una pre-inauguración con medios de comunicación e invitados especiales, como autoridades del cantón, de la provincia y a personas de instituciones relacionadas al cacao y chocolate.</li> <li>➤ Publicación en prensa escrita, como diarios locales y cuñas de radio en estaciones conocidas por el público, como Punto Rojo, Alfa y Canela, sobre lo que ofrecerá el establecimiento.</li> <li>➤ Contactar a medios de comunicación para la cobertura el día de inauguración del parque temático.</li> <li>➤ Establecer convenios con operadoras turísticas, agencias de viajes y hoteles para la promoción del parque, con el apoyo de material POP.</li> <li>➤ Participación en eventos locales, ya sean estos turísticos, gastronómicos, musicales, infantiles y en ferias estudiantiles, para captar más mercado local y extranjero.</li> </ul>
<b>Etapa de Crecimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Promoción con material POP.</li> <li>➤ Promoción a través de relaciones públicas en las redes sociales.</li> <li>➤ Presencia en eventos relacionados a la temática del cacao y chocolate, con el apoyo de instituciones relacionadas a estos productos.</li> <li>➤ Acrecentar el número de convenios con diferentes empresas.</li> <li>➤ Mantener publicaciones en medios de comunicación y escritos.</li> </ul>
<b>Etapa de Madurez</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mantener publicaciones en medios de comunicación y escritos.</li> <li>➤ Promoción a través de relaciones públicas en las redes sociales.</li> <li>➤ Promoción con material POP.</li> <li>➤ Promociones, concursos y sorteos en eventos y centros comerciales, en ciertas temporadas.</li> </ul>

Tabla N° 21: Estrategias de promoción y comunicación por el ciclo de vida del servicio  
Fuente: Elaboración propia





## INGENIERÍA DEL PROYECTO

### Localización del Proyecto

La localización de un proyecto tiene como objetivo analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con la finalidad de seleccionar el lugar que ofrezca los máximos beneficios. En este estudio de localización, se debe tener en cuenta la macro localización, que consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto en el país, y la micro localización, que es la determinación del punto donde se implementará el proyecto a nivel más específico. La lista de factores de localización debe elaborarse teniendo en cuenta las características propias del proyecto. Aquí se detallan algunas de ellas:

#### Factores de localización

- Ubicación de la población objetivo: Como ya se mencionó anteriormente, el mercado objetivo del proyecto se concentra en la ciudad de Guayaquil, ubicada a una hora y 22 minutos de la ciudad de Naranjal.
- Vías de comunicación y Medios de transporte: Desde Guayaquil se puede acceder por cualquiera de las dos vías concesionadas tanto en vehículo propio como en cooperativa: la Autopista E40 Durán – Boliche o Durán - El Tambo hacia la parroquia rural Virgen de Fátima (conocida como Km 26), luego siguiendo por la carretera E25, que es la vía Guayaquil – Machala. Las siguientes cooperativas tienen este destino: Rutas Orenses, CIFA y Ecuatoriano Pullman, partiendo desde la ciudad de Guayaquil.
- Infraestructura y Servicios básicos. Naranjal cuenta con todos los servicios básicos y la infraestructura necesaria para la implementación del parque temático, como son: agua potable, energía eléctrica, teléfono, alcantarillado, alumbrado y demás.
- Topografía y calidad de suelos. El terreno de construcción que se posee es plano y estable.

- **Clima y temperatura:** Su temperatura promedio es de 25° C, es decir un clima templado, y puede llegar hasta 35° C en épocas de calor.
- **Impacto ambiental:** El Ministerio del Ambiente es el encargado de emitir la licencia ambiental para el funcionamiento de establecimientos turísticos como el mencionado, luego de haber cumplido con el estudio de impacto ambiental.
- **Valor del terreno:** Este valor es un costo fijo de \$95.000,00, debido a la ubicación del sector y se estima de acuerdo a la extensión del inmueble, en este caso es de 9,5 hectáreas.
- **Seguridad:** El parque temático posee cámaras de vigilancia, personal de seguridad y salidas de emergencia para salvaguardar a los visitantes.
- **Recurso Humano:** Se contará con personal calificado, entre profesionales y universitarios, que se encargarán de ofrecer la mejor atención a los visitantes.
- **Abastecedores de Insumos:** Los proveedores estarán localizados en las ciudades de Guayaquil y Quito.
- **Condiciones Sociales y Culturales:** El mercado objetivo al que se apunta pertenece a una clase media, media alta y alta, con alto poder adquisitivo, de igual manera poseen educación y cultura. Los pobladores de la zona son gente con conocimientos en lo que respecta al cultivo de cacao, y estos se convierten en el mercado potencial del proyecto.
- **Marco jurídico.** El Ministerio de Turismo y el Ministerio del Ambiente regulan las actividades y servicios relacionados al ocio y entretenimiento.

### **Macro Localización**

El Parque Nacional del Chocolate se encontrará localizado en la Provincia del Guayas, cantón Naranjal en la vía Guayaquil – Machala.

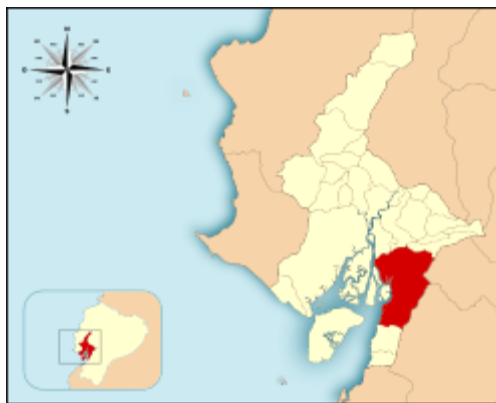


Imagen N° 13: Macro Localización del Proyecto  
Fuente: es.wikipedia.org

### **Micro Localización**

El Parque Nacional del Chocolate se encontrará localizado entrando por la intersección de las calles Ranulfo Sáenz Layana y César Amador Baquerizo, teniendo como referencia al Hospital Municipal de Naranjal (a 3 km del mismo), cerca de la Carretera “E25” Guayaquil – Machala, en el perímetro rural de la ciudad. El terreno es amplio y posee las características necesarias para poder implementar el parque, además de que por la vía “E25”, al ser una vía principal, circulan muchos automóviles que se dirigen a varios cantones de la provincia o a provincias aledañas, como El Oro, y sería un sitio turístico que genere paradas obligatorias para visitarlo.

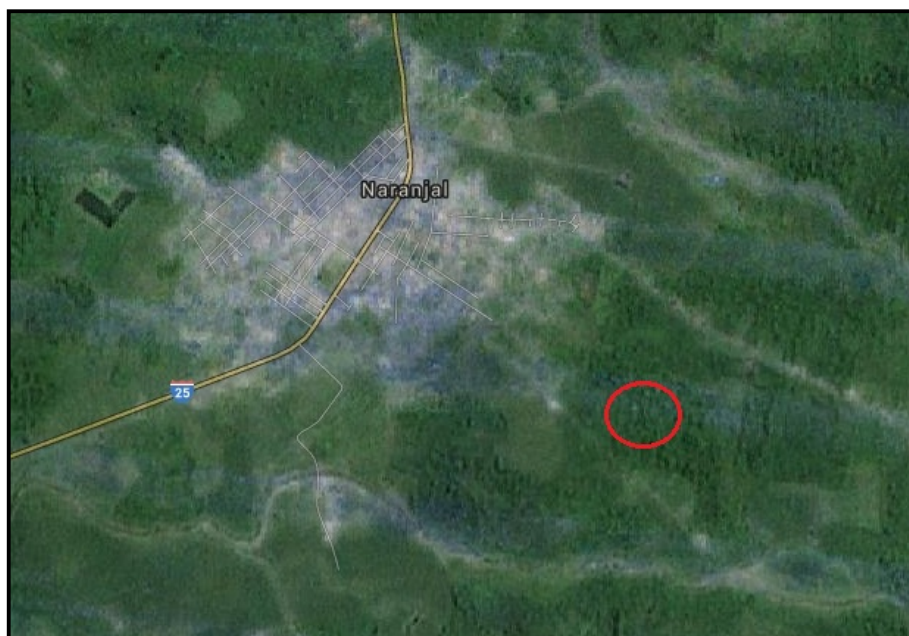


Imagen N° 14: Micro Localización del Proyecto  
Fuente: Google Maps

## Aspectos Técnicos

### Capacidad Instalada

La Capacidad Instalada es la cantidad máxima de bienes o servicios que se pueden obtener de una empresa, en el caso del proyecto, es la cantidad máxima de visitantes que podrían acudir al parque temático. Basándonos en ello obtenemos la siguiente tabla:

CAPACIDAD INSTALADA	CANTIDAD DE VISITANTES
Museo del Cacao	40
Chocolatería	40
Casa del Chocolate	35
Montaña Rusa "Dulce Adrenalina"	10
Noria "Rueda Cacaotera"	40
Carrusel	10
Tacitas Giratorias "Bebamos Chocolate"	24
Brisa Marina	45
Choco Tobogán	55
Feria de Chocolates	50
Teatro al aire libre para shows en vivo	100
Salón de Eventos	200
Patio de comidas 1	85
Patio de comidas 2	85
Estacionamiento	120
Baño 1	25
Baño 2	25
Baño 3	25
Baño 4	25
Edificio Administrativo	30
Baño del Edificio Administrativo	25
Tienda de souvenirs 1	28
Tienda de souvenirs 2	28
Tienda de souvenirs 3	28
Departamento Médico	10
Servicio al Cliente	10
<b>TOTAL</b>	<b>1198</b>

Tabla N° 30: Capacidad Instalada  
Fuente: Elaboración propia

### Capacidad Utilizada

La Capacidad Utilizada muestra un número menor de visitantes que pueden acudir al parque temático, proporcionando más comodidad y menos

aglomeración al momento de disfrutar de las atracciones. Obtenemos la siguiente tabla:

CAPACIDAD UTILIZADA	CANTIDAD DE VISITANTES
Museo del Cacao	32
Chocolatería	32
Casa del Chocolate	25
Montaña Rusa "Dulce Adrenalina"	10
Noria "Rueda Cacaotera"	35
Carrusel	10
Tacitas Giratorias "Bebamos Chocolate"	20
Brisa Marina	35
Choco Tobogán	45
Feria de Chocolates	40
Teatro al aire libre para shows en vivo	90
Salón de Eventos	185
Patio de comidas 1	70
Patio de comidas 2	70
Estacionamiento	110
Baño 1	20
Baño 2	20
Baño 3	20
Baño 4	20
Edificio Administrativo	20
Baño del Edificio Administrativo	10
Tienda de souvenirs 1	20
Tienda de souvenirs 2	20
Tienda de souvenirs 3	20
Departamento Médico	7
Servicio al Cliente	7
<b>TOTAL</b>	<b>993</b>

Tabla N° 31: Capacidad Utilizada  
Fuente: Elaboración propia

### Capacidad Financiera

Para llevar a cabo el proyecto, se necesita poseer el monto de la inversión, el cual se obtendrá de dos maneras:

- 1) El 30% a través del capital que aporten los socios del proyecto.

- 2) Solicitando un préstamo a una Institución Financiera Intermediaria, por el 70% restante.

## **Descripción de las Áreas del Parque Temático**

A continuación se detallan las áreas de las que constará el parque temático, con sus respectivos nombres y atracciones:

### **ÁREA DE INGRESO**

Estacionamiento: : En la parte externa del parque temático, será el lugar indicado para ubicar 180 plazas de estacionamiento, considerando 20 espacios para buses y 160 para vehículos livianos, siendo necesario contar con servicio de vigilancia en todo momento, otorgándole una sensación de tranquilidad al visitante.

Boletería: En el área de boletería se encontrarán 2 casetas de control de ingreso y salida. En el medio de estas, se ubicará la boletería con 2 ventanillas, una de cada lado, exclusivas para la venta de boletos, además de un bloque de baterías sanitarias para hombres y mujeres disponibles para el público, ubicadas a un costado de las mismas.

Punto de información: Al momento de ingresar al parque temático, se pondrá a disposición del público una pequeña caseta en donde el visitante podrá solicitar información referente a las atracciones, shows y el desfile.

Toda el área de ingreso estará adecuada con jardinerías y amplias caminerías, que conducirán al visitante hacia el centro de recreación. Al ingresar, el visitante se encontrará la imagen de Don Cacao, personaje representativo del Parque Nacional del Chocolate, con el cual se podrán tomar fotografías.

## **ÁREA 1: AUGE CACAOTERO**

Museo del Cacao: Este edificio ofrecerá a los visitantes información acerca de todo lo relacionado al cacao ecuatoriano, a través de recorridos guiados por personal del parque que demostrarán la importancia que tiene esta fruta para el país. Dicho recorrido iniciará con la historia sobre el auge cacaotero en Ecuador, iniciado a finales del siglo XVIII en la región costa. Luego se hablará acerca de la importancia de la producción del cacao para el Ecuador, y los beneficios que han existido gracias a este producto. Se dará a conocer los principales productores de cacao en el mundo y finalmente sobre cómo el Ecuador se convirtió en un fuerte exportador de cacao a nivel mundial. Todas estas demostraciones se acompañarán de fotografías en cuadros y videos, para que el visitante fácilmente plasme en sus mentes dichas imágenes e información. La duración de esta atracción es de aproximadamente 30 minutos.

Chocolatería: Este edificio mostrará a los visitantes todo lo relacionado con el chocolate fabricado en el país, a través de un recorrido guiado por personal del parque. Este recorrido iniciará con la visita a la habitación dedicada al Chocolate Pacari, quien es un productor nacional de chocolate reconocido a nivel mundial y que tiene gran importancia en la exportación del mismo. En otra de las salas se explicará el proceso de elaboración del chocolate. En la parte externa de este edificio se encontrará una pequeña área de descanso con bancas, así como una tienda de souvenirs, para llevarse los más lindos recuerdos y disfrutar de deliciosos chocolates. La duración de esta atracción es de aproximadamente 30 minutos.

Casa del Chocolate: En la parte externa de la Chocolatería, también se podrá encontrar este lugar en donde el visitante podrá vivir la experiencia de derretir chocolate, para luego moldearlo al gusto con plantillas de diferentes formas, hacer letras de chocolate con sus nombres y añadirle los aderezos a su elección, bajo la supervisión de personal capacitado del parque, finalizando con una fotografía para el recuerdo. Con este servicio se le ofrece una experiencia muy agradable y memorativa tanto al turista nacional como extranjero. La duración de esta atracción es de aproximadamente 25 minutos.

Edificio Administrativo: En la planta alta se ubicarán oficinas para el personal administrativo del parque, es decir, para los jefes de cada departamento. El salón de reuniones será la habitación más grande del edificio, en donde se discutirán varios temas con respecto al parque, sus atracciones, ventas, etc. Poseerá una mesa central de forma rectangular con 15 sillas a su alrededor. En la planta baja se ubicarán oficinas para el personal operativo, de entretenimiento y de seguridad, en donde podrán prepararse para sus respectivos turnos y marcar su entrada y salida. De igual manera aquí estará el departamento de atención al cliente y el de servicios médicos. El bloque de baterías sanitarias para el personal administrativo, operativo y demás se encontrará dentro del edificio, existiendo 6 baños para hombres y 6 para mujeres.

Rueda Cacaotera: Esta noria o rueda de la fortuna contará con 20 cápsulas con capacidad para 2 personas cada una, en total 40 personas disfrutarán de la atracción por cada puesta en marcha de la misma. La duración de esta atracción es de aproximadamente 10 minutos.

Salón de eventos: Este salón de eventos podrá ser alquilado para cualquier tipo de evento que solicite el cliente, ya sean eventos sociales, conferencias, seminarios, capacitaciones y demás. Este salón está pensado también para llevar a cabo los eventos relacionados con el cacao y chocolate que realizan diferentes instituciones públicas y privadas anualmente, como es el caso de la Prefectura del Guayas, promocionando la Ruta del Cacao, y de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (Anecacao), que programa congresos, conferencias y demás para informar acerca de los avances que existen en cuanto al cacao y al chocolate ecuatoriano. Para los más pequeños del hogar se ha pensado en crear paquetes especiales de cumpleaños, los cuales se llevarán a cabo en este salón, donde los infantes elegirán a su personaje preferido y compartirán momentos inolvidables. Estos paquetes incluirán la entrada al parque y uso de sus instalaciones, el local montado y decorado y un personaje seleccionado por el cumpleañosero para que anime la fiesta, entre los que se encuentran:



- Avengers
- Los Simpson
- Phineas y Ferb
- Las princesas de los cuentos (Blancanieves, la Bella Durmiente, Rapunzel, la Sirenita, Frozen)

Pensados tanto para niños como para niñas. Cada infante ingresará al salón con un adulto responsable mínimo, con posibilidad de ingreso de otras personas (pagando su entrada al parque respectiva si desean hacer uso de las atracciones), para encontrarse con su personaje y compartir un increíble cumpleaños. El ingreso al salón de eventos será por una entrada alterna.

## **ÁREA 2: DULCE CHOCOLATE**

Carrusel: Esta atracción dirigida a los más pequeños constará de 10 caballitos que simulan estar hechos de chocolate. La duración de esta atracción es de aproximadamente 7 minutos.

Bebamos Chocolate: Esta atracción está dirigida a grandes y pequeños, y se trata del tradicional juego de las tacitas giratorias, compuesto por 8 tacitas con capacidad para 3 personas cada una, en total 24 personas disfrutarán de la atracción por cada puesta en marcha de la misma. La duración de esta atracción es de aproximadamente 7 minutos.

Brisa Marina: Esta atracción acuática está dirigida para los niños, en donde podrán encontrar una piscina con divertidos juegos dentro de la misma, con pequeños toboganes y chorros de agua.

Choco Tobogán: Esta atracción acuática contará con una piscina y dos toboganes con vueltas que desembocarán en la misma. Grandes y pequeños podrán disfrutar de esta atracción.

Vestidores: Ubicados cerca de las atracciones acuáticas, en donde los visitantes podrán cambiarse de vestimenta para poder disfrutar de las mismas. Estarán divididos tanto para hombres como para mujeres y adultos y niños.

### ÁREA 3: CHOCOLANDIA

Dulce Adrenalina: Esta montaña rusa contará con fuertes y muy rápidas caídas que pondrán la adrenalina de las personas en su más alto nivel. Poseerá 5 carritos con espacio para dos personas cada uno, en total diez personas disfrutarán de la atracción por cada puesta en marcha de la misma. La duración de esta atracción es de aproximadamente 5 minutos.

Feria de Chocolates: Esta feria se ubicará en un espacio cubierto por una carpa al estilo de un circo, en donde se presentarán exposiciones de varios tipos de chocolates, que los visitantes podrán adquirir. Por supuesto no podría faltar el famoso “Fondue” de chocolate, el cual se lo podrá degustar junto con brochetas de malvaviscos o frutas.

Juegos Tradicionales: En esta área se encontrarán diversos juegos para niños como lo son:

- Resbaladera
- Columpios o mecedoras
- Sube y baja
- Pasamanos
- Juegos de aventura

### ÁREA 4: CACAO EN VIVO

Teatro al aire libre para shows en vivo: Las personas dentro del teatro se ubicarán en graderíos. En este show se representará la historia del auge cacaotero en el país y cómo trabajaban los campesinos de ese entonces con esta fruta, a través de una dramatización. Seguido por bailes folklóricos y música en vivo. Los actores del show tendrán sus camerinos en la parte interna del teatro, al igual que sus baños. El teatro contará con techos que cubrirán

parcialmente el lugar, debido al clima que se presente. La duración de este show es de aproximadamente 30 minutos.

Nota: En varias áreas del parque temático se encontrarán tiendas de souvenirs, baterías sanitarias, letreros de señalización, bancas de descanso, rampas para la fácil movilización de personas con discapacidad, mapas de ubicación en mostradores, salidas de emergencia, extintores, caminerías principales de hormigón poroso y áreas verdes para el ornato del mismo.

Centro de Acopio de residuos: El parque temático contará con dos centros de acopio de residuos, en donde se concentrarán los desechos que ocasione para que luego sean recogidos por los camiones de basura.

Cuarto de transformadores: El parque contará con un cuarto de transformadores para el manejo de la electricidad, en donde existirán 2 transformadores y un generador.

### **7.1.Descripción Física por Áreas**



**Imagen N° 15: Entrada principal del parque temático**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N° 16: Museo del Cacao**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N° 17: Chocolatería**  
**Fuente: Elaboración propia**





**Imagen N° 18: Casa del Chocolate**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N° 19: Salón de Eventos y Baterías Sanitarias**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N° 20: Carrusel “Fino Sabor”**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N° 21: Noria “Rueda Cacaotera”**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N° 22: Montaña Rusa “Dulce Adrenalina”**  
Fuente: Elaboración propia



**Imagen N° 23: Piscina “Brisa Marina”**  
Fuente: Elaboración propia





**Imagen N° 24: Juegos tradicionales**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N° 25: Teatro al aire libre**  
**Fuente: Elaboración propia**





**Imagen N° 26: Patio de comidas**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N° 27: Tienda de souvenirs**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N° 28: Edificio Administrativo**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N° 29: Vista General del Parque Temático**  
**Fuente: Elaboración propia**

## Equipamiento por Áreas

### ÁREAS GENERALES DEL PARQUE

ÁREAS GENERALES DEL PARQUE	CANTIDAD
Sistema de voz y datos	1
Generador de luz de emergencia	1
Cámara de vigilancia	30
Extintor (para todo el parque)	30
Salida de emergencia	5
Letreros de señalización	6
Mostrador para mapas de ubicación	3
Mesa para patio de comidas	28
Silla para patio de comidas	168
Luminaria	12
Banca de descanso	19
Cesto de basura	15
Basurero industrial	4

Tabla N° 32: Áreas generales del parque  
Fuente: Elaboración propia

BOLETERIAS	CANTIDAD
Silla	2
Mesón	2
Caja registradora	2
Vidrio de protección	1
Cesto de basura	2

Tabla N° 33: Boletería  
Fuente: Elaboración propia

DEPARTAMENTO MEDICO	CANTIDAD
Escritorio	2
Silla	5
Cama	1
Camilla	1
Almohada	3
Sábana	5
Botiquín	4
Caja de curitas	20
Caja de algodón	20
Botella de alcohol	20
Linterna	1
Armario	2
Cesto de basura	3

Tabla N° 34: Departamento Médico  
Fuente: Elaboración propia

BANOS	CANTIDAD
Retrete	60
Lavabo	40
Urinal	25
Secador de manos	20
Espejo	17
Dispensador de jabón	25
Cesto de basura	60

Tabla N° 35: Baños  
Fuente: Elaboración propio

### ÁREA 1: AUGÉ CACAOTERO

MUSEO DEL CACAO	CANTIDAD
Sistema audiovisual	1
Cuadros e imágenes	50
Folletería	100
Aire acondicionado	2
Cesto de basura	7

Tabla N° 36: Museo del Cacao  
Fuente: Elaboración propia

CHOCOLATERIA	CANTIDAD
Sistema audiovisual	1
Silla	20
Cuadros e imágenes	50
Folletería	100
Aire acondicionado	2
Cesto de basura	7

Tabla N° 37: Chocolatería  
Fuente: Elaboración propia

CASA DEL CHOCOLATE	CANTIDAD
Molde de figuras y letras	40
Recipiente para aderezos	13
Mesón	4
Cocina industrial	2
Congelador	2
Silla	20
Aire acondicionado	1
Cesto de basura	6

Tabla N° 38: Casa del Chocolate  
Fuente: Elaboración propia

EDIFICIO ADMINISTRATIVO	CANTIDAD
Escritorio	13
Silla de oficina	26
Mesa de reuniones	1
Aire acondicionado	6
Computadora	13
Fotocopiadora	4
Televisor LCD	4
Teléfono	8
Módem de internet	2
Dispensador de agua y café	4
Microondas	1
Mini Refrigeradora	1
Archivador	10
Cesto de basura	10
Sofá	7

Tabla N° 39: Áreas generales del parque  
Fuente: Elaboración propia

RUEDA CACAOTERA	CANTIDAD
Estructura metálica	7 toneladas
Sistema de arranque y funcionamiento	1
Cabinas de metal	20

Tabla N° 40: Rueda cacaotera  
Fuente: Elaboración propia

SALON DE EVENTOS	CANTIDAD
Equipo de audio y video	1
Aire acondicionado	3
Mesas	50
Sillas	150

Tabla N° 41: Salón de eventos  
Fuente: Elaboración propia



## ÁREA 2: DULCE CHOCOLATE

CARRUSEL	CANTIDAD
Estructura metálica	5 toneladas
Sistema de arranque y funcionamiento	1
Caballitos de metal	10

Tabla N° 42: Carrusel  
Fuente: Elaboración propia

TACITAS GIRATORIAS	CANTIDAD
Estructura metálica	5 toneladas
Sistema de arranque y funcionamiento	1
Tacitas de metal	8

Tabla N° 43: Tacitas giratorias  
Fuente: Elaboración propia

PISCINA BRISA MARINA	CANTIDAD
Sistema de bombardeo centrífugo y de filtración	1
Bomba de presión	1
Estructuras en forma de palmeras y hongos	6
Estructuras (colinas, bohíos)	4
Mini toboganes	4

Tabla N° 44: Piscina Brisa Marina  
Fuente: Elaboración propia

PISCINA CHOCO TOBOGAN	CANTIDAD
Sistema de bombardeo centrífugo y de filtración	1
Bomba de presión	1
Toboganes	2

Tabla N° 45: Piscina Choco Tobogán  
Fuente: Elaboración propia

VESTIDORES	CANTIDAD
Gancho	20
Casillero	40
Ducha	15
Silla	15
Cesto de basura	4

Tabla N° 46: Vestidores  
Fuente: Elaboración propia

### ÁREA 3: CHOCOLANDIA

MONTANA RUSA	CANTIDAD
Estructura metálica	10 toneladas
Carritos	5
Sistema de arranque y funcionamiento	1

Tabla N° 47: Montaña Rusa  
Fuente: Elaboración propia

JUEGO TRADICIONALES	CANTIDAD
Juegos de aventura	4

Tabla N° 48: Juegos tradicionales  
Fuente: Elaboración propia

### ÁREA 4: CACAO EN VIVO

TEATRO	CANTIDAD
Sistema de audio	1
Graderíos circulares	15
Escenario	1
Cubierta	3

Tabla N° 49: Teatro  
Fuente: Elaboración propia



CAMERINO DE TEATRO	CANTIDAD
Armario	4
Mesa	4
Silla	14
Sofá	3
Aire Acondicionado	1
Repisa para ropa	10
Máquina de costura	2

Tabla N° 50: Camerino de teatro  
Fuente: Elaboración propia

CENTRO DE ACOPIO	CANTIDAD
Basurero industrial	4

Tabla N° 51: Centro de acopio  
Fuente: Elaboración propia

CUARTO DE TRANSFORMADORES	CANTIDAD
Generador	1
Transformador	2

**Tabla N° 52: Cuarto de transformadores**  
**Fuente: Elaboración propia**



## **EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO**

### **Método VAN (Valor Actual Neto)**

El Valor Actual Neto (VAN) es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si un proyecto de inversión tiene un VAN positivo, el proyecto es rentable. Entre dos o más proyectos, el más rentable es el que tenga un VAN más alto.

### **Método TIR (Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad)**

Se denomina Tasa Interna de Retorno a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (V.A.N.) de una inversión sea igual a cero. Las tasas internas de retorno se utilizan habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto.

### **Método Pay Back o Plazo de Recuperación**

Este método nos proporciona el plazo en el que recuperamos la inversión inicial a través de los flujos de caja netos (ingresos menos gastos) obtenidos con el proyecto. Es el periodo de tiempo o número de años que necesita una inversión para que el valor actualizado de los flujos netos de Caja, iguale al capital invertido. Consiste en dividir la inversión inicial más los gastos que origine entre los distintos flujos de caja positivos que origina el proyecto.

### **No Financiero: Flujo de Caja**

El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado. La diferencia entre los ingresos y los egresos se conoce como saldo o flujo neto, por lo tanto constituye un importante indicador de la liquidez de la empresa. Si

el saldo es positivo significa que los ingresos del período fueron mayores a los egresos, si es negativo significa que los egresos fueron mayores a los ingresos.

Para elaborar un Flujo de Caja se debe contar con la información sobre los ingresos y egresos de la empresa, la cual figura en los libros contables. La importancia de elaborar un Flujo de Caja Proyectado es que permite anticipar futuros déficit (o falta) de efectivo y, de ese modo, poder tomar la decisión de buscar financiamiento oportunamente.

El adecuado registro de los ingresos y egresos permite determinar los costos fijos, los costos variables y el margen de contribución exigible al proceso productivo del negocio para obtener el punto de equilibrio. El Flujo de Caja es uno de los mejores aliados en cualquier proyecto de inversión. En base a la información que nos entrega con el saldo neto, se puede tomar decisiones estratégicas para el futuro.

## Financieros: VAN, TIR y Pay Back

### Fórmula para obtener el VAN (Valor Actual Neto)

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

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

**Imagen N° 30: Fórmula para obtener el VAN**  
Fuente: [es.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org)

$V_t$ : representa los flujos de caja en cada periodo  $t$ .

$I_0$ : es el valor del desembolso inicial de la inversión.

$n$ : es el número de períodos considerado.

$k$ ,  $d$  o TIR: es el tipo de interés.

## Fórmula para obtener el TIR (Tasa Interna de Retorno)

Una forma práctica de calcular el TIR es mediante el tanteo, llamado también por aproximaciones sucesivas. Su manejo supone encontrar un VAN positivo y uno negativo a tasas distintas. Si con la tasa de descuento escogida el VAN resultante continúa positivo, entonces habrá que repetir el cálculo con una "i" mayor hasta hallar un VAN negativo. Obtenido un VAN positivo y otro negativo, se procede a la aproximación dentro de estos márgenes hasta encontrar un VAN igual o cercano a cero, con lo que se arriba más rápidamente a la TIR (la precisión es mayor cuando más se aproxima a cero). Para el cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 + VAN_2}$$

Imagen N° 31: Fórmula para obtener el TIR  
Fuente: es.wikipedia.org

i1: Tasa de actualización del último VAN positivo.

i2: Tasa de actualización del primer VAN Negativo.

VAN1: Valor Actual Neto, obtenido con último VAN positivo.

VAN2: Valor Actual Neto, obtenido con primer VAN Negativo.

### 8.1.1.1. Fórmula para obtener el Pay Back o Plazo de Recuperación

La fórmula que nos permite calcular el Pay Back es:

$$\sum_{j=0}^{Tp} \frac{F_j}{(1+i)^j} = 0$$

Imagen N° 32: Fórmula para obtener el PAYBACK  
Fuente: es.wikipedia.org

Tp: Payback, período de recuperación, tiempo de pago.

Fj: Flujo Neto en el Período j.

i: Tasa de descuento del inversionista (TMAR).

n: Horizonte de Evaluación.

## Inversiones

ACTIVO FIJO TERRENO Y CONSTRUCCION DEL PARQUE TEMATICO			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Terreno	\$95.000,00	\$95.000,00
1	Costo de Construcción	\$889.710,00	\$889.710,00
TOTAL			\$984.710,00

Tabla N° 53: Activo Fijo Terreno y Construcción del Parque Temático  
Fuente: Elaboración propia

Nota: En el costo de construcción del parque temático se incluyen el estacionamiento, boletería, imagen del Sr. Cacao, edificios de atracciones no mecánicas, tiendas de souvenirs, salón de eventos, locales de A&B, centros de acopio, cuarto de transformadores, piscinas y sus adecuaciones (sistema de bombeo, purificación y decorado), baños, casilleros, vestidores y duchas.

MOBILIARIO			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
249	Silla plástica	\$5,29	\$1.317,21
150	Silla para eventos	\$32,90	\$4.935,00
12	Luminaria	\$150,00	\$1.800,00
6	Letreros de señalética	\$150,00	\$900,00
19	Banca	\$210,00	\$3.990,00
82	Mesa plástica	\$24,10	\$1.976,20
7	Mesón	\$115,00	\$805,00
1	Cama	\$180,00	\$180,00
1	Camilla médica	\$141,00	\$141,00
3	Mostrador	\$89,10	\$267,30
30	Extintor	\$15,89	\$476,70
1	Mini Refrigeradora	\$259,00	\$259,00
2	Máquina de costura	\$180,00	\$360,00
2	Congelador	\$550,00	\$1.100,00
1	Microondas	\$85,90	\$85,90
4	Juegos de aventura	\$2.500	\$10.000,00
15	Cesto de basura grande	\$10,00	\$150,00
99	Cestos de basura pequeño	\$5,00	\$495,00
4	Basurero industrial	\$340,00	\$1.360,00
TOTAL			\$30.598,31

Tabla N° 54: Mobiliario  
Fuente: Elaboración propia

MUEBLES DE OFICINA			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
26	Silla de oficina	\$58,00	\$1.508,00
15	Escritorio	\$129,00	\$1.935,00
10	Sofá	\$85,50	\$855,00
6	Armario	\$45,00	\$270,00
10	Archivador	\$78,00	\$780,00
10	Repisero	\$65,00	\$650,00
TOTAL			\$5.998,00

Tabla N° 55: Muebles de Oficina  
Fuente: Elaboración propia

EQUIPOS DE OFICINA			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Caja registradora	\$310,00	\$620,00
15	Aire Acondicionado	\$459,00	\$6.885,00
4	Fotocopiadora	\$361,00	\$1.444,00
4	Televisor	\$499,00	\$1.996,00
8	Teléfono	\$32,00	\$256,00
2	Módem de internet	\$50,00	\$100,00
4	Dispensador de agua y café	\$68,43	\$273,72
TOTAL			\$11.574,72

Tabla N° 56: Equipos de Oficina  
Fuente: Elaboración propia

EQUIPOS DE COMPUTACION			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
5	Sistema de audio y video	\$935,00	\$4.675,00
30	Cámara de vigilancia	\$75,50	\$2.265,00
13	Computadora	\$515,00	\$6.695,00
1	Internet triple pack	\$70,00	\$70,00
TOTAL			\$13.705,00

Tabla N° 57: Equipos de Computación  
Fuente: Elaboración propia

VEHICULOS			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Bus	\$50.000,00	\$100.000,00
3	Carro Alegórico	\$18.000,00	\$54.000,00
TOTAL			\$154.000,00

Tabla N° 58: Vehículos  
Fuente: Elaboración propia

MAQUINARIAS			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Cocina industrial	\$950,00	\$1.900,00
1	Generador de luz	\$19.200,00	\$19.200,00
2	Transformador de luz	\$12.500,00	\$25.000,00
1	Estructura y sistema de Carrusel	\$41.000,00	\$41.000,00
1	Estructura y sistema de Tacitas giratorias	\$41.000,00	\$41.000,00
1	Estructura y sistema de Montaña Rusa	\$100.000,00	\$100.000,00
1	Estructura y sistema de Rueda de la fortuna	\$42.000,00	\$42.000,00
TOTAL			\$270.100,00

Tabla N° 59: Maquinarias  
Fuente: Elaboración propia

MUEBLES Y ENSERES DE BAÑO			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
60	Retrete	\$59,70	\$3.582,00
40	Lavabo	\$22,75	\$910,00
25	Urinal	\$65,00	\$1.625,00
20	Secador de manos	\$52,10	\$1.042,00
17	Espejo	\$16,97	\$288,49
25	Dispensador de jabón	\$7,00	\$175,00
TOTAL			\$7.622,49

Tabla N° 60: Muebles y enseres de baño  
Fuente: Elaboración propia

ARTICULOS DE LIMPIEZA			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
20	Guantes	\$2,00	\$40,00
10	Trapeador	\$5,00	\$50,00
10	Escoba	\$3,00	\$30,00
10	Recogedor de basura	\$2,00	\$20,00
10	Cepillo de baño	\$1,50	\$15,00
TOTAL			\$155,00

Tabla N° 61: Artículos de limpieza  
Fuente: Elaboración propia



## Total de Inversión

COSTO TOTAL DE INVERSION	
DETALLE	COSTO TOTAL
Terreno	\$95.000,00
Costo de Construcción	\$889.710,00
Mobiliario	\$30.598,31
Muebles de Oficina	\$5.998,00
Equipos de Oficina	\$11.574,72
Equipos de Computación	\$13.705,00
Vehículos	\$154.000,00
Maquinarias	\$270.100,00
Muebles y enseres de baño	\$7.622,49
Artículos de Limpieza	\$155,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.478.463,52</b>

Tabla N° 62: Costo Total de Inversión  
Fuente: Elaboración propia

## Egresos Operacionales

### Costo de Servicios

- Energía Eléctrica: Para calcular un aproximado de lo que sería el pago mensual de energía eléctrica del parque temático, hay que tener claro el valor a cancelar por Kilovatio/hora, el cual es de \$0,11, luego de que el Consejo Nacional de Electricidad (Conelec) incrementara \$0,02 por kwh para el sector comercial e industrial en junio del presente año. El parque utilizará energía para el funcionamiento de sus atracciones mecánicas y no mecánicas, para sus shows, locales de alimentos y bebidas, iluminación, entre otros. Se calcula un aproximado de pago de \$ 1.400,00 mensuales.
- Agua Potable: Debido a que en el parque temático existirán juegos acuáticos, como lo son las piscinas para niños y adultos, así como

también el agua de los baños. Se calcula un aproximado de pago de \$1.130,00 mensuales.

- Cable/Internet/Teléfono: El parque Nacional del Chocolate contará con un triple pack, contratado con la compañía Claro, en donde está contemplado el servicio de teléfono, internet y televisión por cable. El precio aproximado de pago es de \$180,00 mensuales.
- Suministros de oficina: Los suministros serán necesarios sobre todo en el edificio administrativo del parque. Se calcula un aproximado de gasto de \$208,33 mensuales.
- Mantenimiento: El parque contará con personal de mantenimiento, el cual será el encargado de mantener las instalaciones limpias. Para el mantenimiento de piscinas o algún desperfecto en alguna estructura del establecimiento se contratará servicio externo. El costo de mantenimiento mensual es de \$830,00.

### Costo Total de Servicios

COSTO TOTAL DE SERVICIOS		
DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Energía Eléctrica	\$1.400,00	\$16.800,00
Agua Potable	\$1.130,00	\$13.560,00
Cable/Internet/Teléfono	\$180,00	\$2.160,00
Suministros de Oficina	\$208,33	\$2.500,00
Mantenimiento	\$830,00	\$9.960,00
TOTAL		\$44.980,00

Tabla N° 63: Costo de Servicios  
Fuente: Elaboración propia

### Sueldos y Salarios

El personal del Parque Nacional del Chocolate estará conformado por profesionales con experiencia y capacitados. A continuación se presenta una

tabla en donde se indican los puestos de trabajo con sus respectivos sueldos mensuales y anuales:

### **Otros Egresos**

Costo de compra de materiales: Este rubro se refiere a los gastos en la compra de materiales necesarios a los proveedores que tendrá el parque temático, como lo son principalmente La Universal y Pacari, abasteciéndolo del chocolate necesario y dulces variados, folletería promocional con Chacón Print Service, Kimberly-Clark proporcionando insumos de limpieza y Jori Bordados, abasteciendo de mercancía para los souvenirs. Según el número de visitantes estimados al mes y siendo necesario estos materiales para los procesos del parque, se calcula un costo de \$12.000,00 anuales aproximadamente, considerando que esta cifra aumentará cada año un 5% debido a la inflación.

Costo de compra de maquinarias: Adicional a las maquinarias que ya han sido presupuestadas anteriormente, se tiene previsto que en 5 años luego del inicio de actividades del parque, se adquirirán nuevas maquinarias en concepto de atracciones mecánicas, para innovar la oferta y los servicios al público, con un costo de \$30.000,00 aproximadamente.

Aumento de sueldos: Es necesario recordar que el sueldo básico unificado aumenta cada año en el país, con un porcentaje promedio de 7%. Esto indica que hay que considerar el aumento en los sueldos de los colaboradores que perciben el básico, calculando unos \$1.500,00 de incremento anual en total aproximadamente.

Costos de permisos de funcionamiento: Se destinará \$1.000,00 anuales para cubrir los costos por permisos de funcionamiento del establecimiento, como puede ser bomberos o municipio, considerando que aumentan en el país en un aproximado de 5% anual debido a la inflación. Se calcula que se incrementará \$50,00 cada año.

Gastos de Instalación Eléctrica: Para la instalación de los transformadores y generador eléctrico se calcula un gasto de \$5.000,00.

Gastos de Puesta en Marcha: Para la constitución de la empresa, se va a considerar un valor de \$1.000,00 para los trámites pertinentes, como los legales, permisos de funcionamiento, registro mercantil y demás documentos.

Gastos de Promoción: Para la promoción del Parque Nacional del Chocolate, el departamento de Marketing que posee el establecimiento trabajará en un plan de Marketing (realizado anteriormente), el cual cuenta con las herramientas necesarias para dar a conocer el parque al público, a través de redes sociales, publicidad ATL (cuñas en radio, televisión, artículos en prensa escrita) y BTL (material POP, presencia en eventos). Se destinará \$21.000,00 en el primer año para la realización del mismo, el mismo que disminuirá a \$15.000,00 los siguientes años, ya que se espera el parque se posicione en la mente de las personas.

### Depreciación

La vida útil del proyecto se va a tomar a 10 años. A continuación se presenta una tabla en donde se indican los porcentajes de depreciación y sus respectivos años:

<b>AÑOS DE DEPRECIACIÓN DE BIENES</b>		
<b>BIENES</b>	<b>% DE DEPRECIACIÓN</b>	<b>AÑOS DE DEPRECIACIÓN</b>
Muebles y enseres	10%	10 años
Equipos de Oficina	10%	10 años
Equipos de Computación	33%	3 años
Vehículos	20%	5 años
Maquinarias	10%	10 años

**Tabla N° 65: Años de depreciación de bienes**  
Fuente: SRI (Servicio de Rentas Internas)

### 8.1.2. Cálculo de la Depreciación de los bienes

Para los cálculos de la depreciación de los bienes se va a adoptar el método de línea recta, obteniendo la siguiente tabla:

DEPRECIACIÓN TOTAL ANUAL DE LAS INVERSIONES CONSIDERANDO SU NATURALEZA												
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INVERSIÓN	USD	AÑOS A DEPRECIAR	MONTO A DEPRECIAR	MONTO A DEPRECIAR	MONTO A DEPRECIAR	MONTO A DEPRECIAR	MONTO A DEPRECIAR	MONTO A DEPRECIAR	MONTO A DEPRECIAR	MONTO A DEPRECIAR	MONTO A DEPRECIAR	MONTO A DEPRECIAR
MUEBLES DE OFICINA	\$ 5.998,00	10	\$ 599,80	\$ 599,80	\$ 599,80	\$ 599,80	\$ 599,80	\$ 599,80	\$ 599,80	\$ 599,80	\$ 599,80	\$ 599,80
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 11.574,72	10	\$ 1.157,47	\$ 1.157,47	\$ 1.157,47	\$ 1.157,47	\$ 1.157,47	\$ 1.157,47	\$ 1.157,47	\$ 1.157,47	\$ 1.157,47	\$ 1.157,47
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 13.705,00	3	\$ 4.568,33	\$ 4.568,33	\$ 4.568,33	/	/	/	/	/	/	/
MAQUINARIAS	\$ 270.100,00	10	\$ 27.010,00	\$ 27.010,00	\$ 27.010,00	\$ 27.010,00	\$ 27.010,00	\$ 27.010,00	\$ 27.010,00	\$ 27.010,00	\$ 27.010,00	\$ 27.010,00
VEHÍCULOS	\$ 154.000,00	5	\$ 30.800,00	\$ 30.800,00	\$ 30.800,00	\$ 30.800,00	\$ 30.800,00	/	/	/	/	/
<b>DEPRECIACIÓN TOTAL</b>			<b>\$ 64.135,61</b>	<b>\$ 64.135,61</b>	<b>\$ 64.135,61</b>	<b>\$ 59.567,27</b>	<b>\$ 59.567,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>

Tabla N° 66: Depreciación total anual de las inversiones  
Fuente: Elaboración propia

### **Propuesta de Ingresos**

Entrada al parque temático: El valor que los clientes cancelen por visitar el parque temático será uno de los rubros de ingreso más importantes para el negocio. Como ya se especificó anteriormente, existirán varios precios de entrada, al igual que promociones grupales. El porcentaje de visitantes incrementará poco a poco debido a que se espera que, gracias a la promoción que se realizará del mismo, se convierta en el sitio turístico más importante y conocido en la industria de los parques temáticos.

Alquiler de locales de Alimentos y Bebidas: Como ya se lo había mencionado anteriormente, el parque pone a disposición 10 locales que pueden ser alquilados por cualquier marca que se dedique a la venta de alimentos y bebidas o personas naturales que deseen establecer un negocio. La cantidad de locales alquilados al principio puede llegar a no ser la completa, pero se espera que poco a poco se llegue a completar conforme al éxito del parque temático. El cobro de alquiler se lo realizará mensualmente.

Fotografía enmarcada de recuerdo en la Casa del Chocolate: En muchos parques temáticos del mundo se ofrece al visitante llevarse fotografías enmarcadas de recuerdo, ya sea con algún personaje o disfrutando de alguna atracción. En este caso será una mezcla de las dos, ya que la experiencia que se vive en la Casa del Chocolate es una atracción, y que mejor que complementarla con la compañía de Don Cacao, el cual gustoso formará parte de aquella fotografía que el visitante se lo llevará por siempre. De seguro muchas personas desearán adquirirla.

Alquiler del Salón de eventos: El salón de eventos que posee el Parque Nacional del Chocolate es el sitio ideal para que las personas decidan celebrar sus eventos sociales como pueden ser cumpleaños, quinceañeras, matrimonios y demás, asegurando un ambiente lleno de vida que junte la decoración con la temática, y ofrezca ese toque sofisticado y elegante. De igual manera, el salón está dispuesto a recibir empresarios que necesiten de capacitaciones, seminarios o reuniones. Se espera que, gracias a la temática que posee el parque, los eventos y ferias relacionadas al cacao y al chocolate que se realizan anualmente en nuestro país se lleven a cabo aquí, fortaleciendo aún más el tema

a tratarse. Se proyecta que los paquetes de cumpleaños para niños sean los que más acogida y demanda tengan, ya que a qué niño no le gustaría celebrar su fiesta en un parque de atracciones. En cuanto a la alimentación de los eventos se contratará el servicio de catering a alguna empresa externa, dependiendo de la magnitud y clase de evento.

**Venta de Souvenirs:** El ingreso de dinero por ventas de recuerdos o souvenirs se refleja en altos números en varios establecimientos turísticos debido a que, la mayoría de las personas tienden a regresar de algún viaje con objetos típicos que le recuerden ese lugar que visitó. El Parque Nacional del Chocolate ofrecerá una gran cantidad y variedad de recuerdos para llegar al mayor número de público posible, complementando la oferta turística.

**Servicio de transporte de circuito cerrado:** Se estima que existirán personas que deseen visitar el parque pero no encuentren la manera más indicada para acudir a éste, sobre todo aquellos turistas que están de pasada por Guayaquil y no poseen vehículo propio y que no tengan conocimiento para tomar buses intercantonales. Es así que el servicio de transporte de circuito cerrado ofrecerá un viaje cómodo y seguro hacia el lugar y de igual manera de regreso, con un pequeño, pero muy lindo detalle a bordo. Como ya se mencionó, se espera que sean los turistas nacionales o extranjeros quienes opten en mayor cantidad por seleccionar este servicio.

### Tabla estimada de ingresos al primer año

TABLA ESTIMADA DE INGRESOS AL PRIMER AÑO				
RUBRO	MENSUAL			ANUAL
ENTRADAS	GENERAL	\$48.400,00	\$98.010,00	\$1.176.120,00
	NINOS	\$33.100,00		
	3ERA EDAD	\$9.500,00		
	DISCAPACITADOS	\$4.120,00		
	GRUPOS	\$2.890,00		
LOCALES DE A&B	\$1.750,00			\$21.000,00
FOTOGRAFIAS DE RECUERDO	\$945,00			\$11.340,00
SALÓN DE EVENTOS	EVENTOS SOCIALES	\$800,00	\$9.050,00	\$28.500,00
	FERIAS	\$6.900,00		
	PAQUETE DE NINOS	\$1.350,00		
SOUVENIRS	\$6.790,00			\$81.480,00
CIRCUITO CERRADO	\$770,00			\$9.240,00
TOTAL				\$1.327.680,00

Tabla N° 67: Tabla estimada de ingresos al primer año  
Fuente: Elaboración propia



### Financiamiento

Como se mencionó en el capítulo anterior, el monto de la inversión se la obtendrá de dos maneras:

- 1) El 30% a través del capital que aporten los socios del proyecto.
- 2) Solicitando un préstamo a una Institución Financiera Intermediaria, por el 70% restante, en este caso a la Corporación Financiera Nacional.

FINANCIAMIENTO		
TOTAL DE INVERSION	\$1.478.463,52	(100%)
CAPITAL DE ACCIONISTAS:	\$443.539,06	(30%)
CAPITAL DEL PRESTAMO:	\$1.034.924,46	(70%)
DEUDA:	\$1.034.924,46	
PLAZO:	10 años.	
TASA DE INTERES:	11% anual.	

Tabla N° 68: Financiamiento  
Fuente: Elaboración propia

### Tabla de Amortización del préstamo

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO				
PERIODO	INTERÉS	CAPITAL	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL
0	/	/	/	\$ 1.034.924,46
1	\$ 113.841,69	\$ 175.731,65	\$ 61.889,96	\$ 973.034,50
2	\$ 107.033,80	\$ 175.731,65	\$ 68.697,86	\$ 904.336,65
3	\$ 99.477,03	\$ 175.731,65	\$ 76.254,62	\$ 828.082,03
4	\$ 91.089,02	\$ 175.731,65	\$ 84.642,63	\$ 743.439,40
5	\$ 81.778,33	\$ 175.731,65	\$ 93.953,32	\$ 649.486,08
6	\$ 71.443,47	\$ 175.731,65	\$ 104.288,18	\$ 545.197,90
7	\$ 59.971,77	\$ 175.731,65	\$ 115.759,88	\$ 429.438,02
8	\$ 47.238,18	\$ 175.731,65	\$ 128.493,47	\$ 300.944,55
9	\$ 33.103,90	\$ 175.731,65	\$ 142.627,75	\$ 158.316,80
10	\$ 17.414,85	\$ 175.731,65	\$ 158.316,80	\$ 0,00
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 722.392,04</b>	<b>\$ 1.757.316,50</b>	<b>\$ 1.034.924,46</b>	

Tabla N° 69: Tabla de Amortización del préstamo  
Fuente: Elaboración propia

### **Flujos de Caja Proyectados**

Se elaboraron dos flujos de caja, el flujo de caja puro y el flujo de caja financiado, para mostrar la diferencia que existe sin el valor del préstamo y con el mismo.

En el flujo de caja financiado, además de las consideraciones del flujo de caja puro, se incluyó el préstamo y el interés dentro de egresos deducibles de impuesto y los pagos por amortización del préstamo fuera de la base imponible. Se estimó una tasa de descuento del 31%, que está compuesta por el interés del préstamo del 11% y por un 20% de riesgo por el negocio.

Para las ventas se aumentaron un 5% anual de acuerdo a los índices de inflación que tendrá el país.

## 8.1.3. Flujo de Caja Puro

FLUJO DE CAJA PURO											
DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>INGRESOS</b>											
ENTRADAS		\$ 1.176.120,00	\$ 1.234.926,00	\$ 1.296.672,30	\$ 1.361.505,92	\$ 1.429.581,21	\$ 1.501.060,27	\$ 1.576.113,28	\$ 1.654.918,95	\$ 1.737.664,90	\$ 1.824.548,14
LOCALES A&B		\$ 21.000,00	\$ 22.050,00	\$ 23.152,50	\$ 24.310,13	\$ 25.525,63	\$ 26.801,91	\$ 28.142,01	\$ 29.549,11	\$ 31.026,56	\$ 32.577,89
FOTOGRAFÍAS DE RECUERDO		\$ 11.340,00	\$ 11.907,00	\$ 12.502,35	\$ 13.127,47	\$ 13.783,84	\$ 14.473,03	\$ 15.196,68	\$ 15.956,52	\$ 16.754,34	\$ 17.592,06
SALÓN DE EVENTOS		\$ 28.500,00	\$ 29.925,00	\$ 31.421,25	\$ 32.992,31	\$ 34.641,93	\$ 36.374,02	\$ 38.192,73	\$ 40.102,36	\$ 42.107,48	\$ 44.212,85
SOUVENIRS		\$ 81.480,00	\$ 85.554,00	\$ 89.831,70	\$ 94.323,29	\$ 99.039,45	\$ 103.991,42	\$ 109.190,99	\$ 114.650,54	\$ 120.383,07	\$ 126.402,22
CIRCUITO CERRADO		\$ 9.240,00	\$ 9.702,00	\$ 10.187,10	\$ 10.696,46	\$ 11.231,28	\$ 11.792,84	\$ 12.382,48	\$ 13.001,61	\$ 13.651,69	\$ 14.334,27
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>\$ 1.327.680,00</b>	<b>\$ 1.394.064,00</b>	<b>\$ 1.463.767,20</b>	<b>\$ 1.536.955,56</b>	<b>\$ 1.613.803,34</b>	<b>\$ 1.694.493,50</b>	<b>\$ 1.779.218,18</b>	<b>\$ 1.868.179,09</b>	<b>\$ 1.961.588,04</b>	<b>\$ 2.059.667,45</b>
<b>EGRESOS</b>											
COSTO DE COMPRA DE MATERIALES		\$ 12.000,00	\$ 12.600,00	\$ 13.230,00	\$ 13.891,50	\$ 14.586,08	\$ 15.315,38	\$ 16.081,15	\$ 16.885,21	\$ 17.729,47	\$ 18.615,94
COSTO ACTIVO FIJO (MAQUINARIA)		/	/	/	/	\$ 30.000,00	/	/	/	/	/
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>		<b>\$ 12.000,00</b>	<b>\$ 12.600,00</b>	<b>\$ 13.230,00</b>	<b>\$ 13.891,50</b>	<b>\$ 44.586,08</b>	<b>\$ 15.315,38</b>	<b>\$ 16.081,15</b>	<b>\$ 16.885,21</b>	<b>\$ 17.729,47</b>	<b>\$ 18.615,94</b>
<b>UTILIDA BRUTA</b>		<b>\$ 1.315.680,00</b>	<b>\$ 1.381.464,00</b>	<b>\$ 1.450.537,20</b>	<b>\$ 1.523.064,06</b>	<b>\$ 1.569.217,26</b>	<b>\$ 1.679.178,13</b>	<b>\$ 1.763.137,03</b>	<b>\$ 1.851.293,88</b>	<b>\$ 1.943.858,58</b>	<b>\$ 2.041.051,51</b>
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>											
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO		\$ 1.000,00	\$ 1,050,00	\$ 1,102,50	\$ 1,157,63	\$ 1,215,51	\$ 1,276,28	\$ 1,340,10	\$ 1,407,10	\$ 1,477,46	\$ 1,551,33
MANTENIMIENTO		\$ 9,960,00	\$ 9,960,00	\$ 9,960,00	\$ 9,960,00	\$ 9,960,00	\$ 9,960,00	\$ 9,960,00	\$ 9,960,00	\$ 9,960,00	\$ 9,960,00
SUELDOS Y SALARIOS		\$ 496,691,88	\$ 498,191,88	\$ 499,691,88	\$ 501,191,88	\$ 502,691,88	\$ 504,191,88	\$ 505,691,88	\$ 507,191,88	\$ 508,691,88	\$ 510,191,88
ENERGÍA ELÉCTRICA		\$ 16,800,00	\$ 16,800,00	\$ 16,800,00	\$ 16,800,00	\$ 16,800,00	\$ 16,800,00	\$ 16,800,00	\$ 16,800,00	\$ 16,800,00	\$ 16,800,00
AGUA POTABLE		\$ 13,560,00	\$ 13,560,00	\$ 13,560,00	\$ 13,560,00	\$ 13,560,00	\$ 13,560,00	\$ 13,560,00	\$ 13,560,00	\$ 13,560,00	\$ 13,560,00
CABLE, INTERNET, TELÉFONO (3P)		\$ 2,160,00	\$ 2,160,00	\$ 2,160,00	\$ 2,160,00	\$ 2,160,00	\$ 2,160,00	\$ 2,160,00	\$ 2,160,00	\$ 2,160,00	\$ 2,160,00
GASTOS DE PROMOCIÓN		\$ 21,000,00	\$ 15,000,00	\$ 15,000,00	\$ 15,000,00	\$ 15,000,00	\$ 15,000,00	\$ 15,000,00	\$ 15,000,00	\$ 15,000,00	\$ 15,000,00
SUMINISTROS DE OFICINA		\$ 2,500,00	\$ 2,500,00	\$ 2,500,00	\$ 2,500,00	\$ 2,500,00	\$ 2,500,00	\$ 2,500,00	\$ 2,500,00	\$ 2,500,00	\$ 2,500,00
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>\$ 563.671,88</b>	<b>\$ 559.221,88</b>	<b>\$ 560.774,38</b>	<b>\$ 562.329,51</b>	<b>\$ 563.887,39</b>	<b>\$ 565.448,16</b>	<b>\$ 567.011,98</b>	<b>\$ 568.578,98</b>	<b>\$ 570.149,34</b>	<b>\$ 571.723,21</b>
<b>OTROS EGRESOS</b>											
(-)GASTO DE INSTALACIÓN ELÉCTRICA		\$ 5,000,00	/	/	/	/	/	/	/	/	/
(-)GASTOS DE PUESTA EN MARCHA		\$ 1,000,00	/	/	/	/	/	/	/	/	/
(-)GASTOS DEPRECIACIÓN		\$ 64,135,61	\$ 64,135,61	\$ 64,135,61	\$ 59,567,27	\$ 59,567,27	\$ 28,767,27	\$ 28,767,27	\$ 28,767,27	\$ 28,767,27	\$ 28,767,27
(-) VALOR EN LIBROS		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
<b>TOTAL DE OTROS EGRESOS</b>		<b>\$ 70.135,61</b>	<b>\$ 64.135,61</b>	<b>\$ 64.135,61</b>	<b>\$ 59.567,27</b>	<b>\$ 59.567,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>\$ 681.872,51</b>	<b>\$ 758.106,51</b>	<b>\$ 825.627,21</b>	<b>\$ 901.167,29</b>	<b>\$ 945.762,61</b>	<b>\$ 1.084.962,69</b>	<b>\$ 1.167.357,79</b>	<b>\$ 1.253.947,63</b>	<b>\$ 1.344.941,97</b>	<b>\$ 1.440.561,03</b>
15% DE PARTICIPACIÓN		\$ 102,280,88	\$ 113,715,98	\$ 123,844,08	\$ 135,175,09	\$ 141,864,39	\$ 162,744,40	\$ 175,103,67	\$ 188,092,15	\$ 201,741,30	\$ 216,084,15
25% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 170,468,13	\$ 189,526,63	\$ 206,406,80	\$ 225,291,82	\$ 236,440,65	\$ 271,240,67	\$ 291,839,45	\$ 313,486,91	\$ 336,235,43	\$ 360,140,26
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$ 409.123,51</b>	<b>\$ 454.863,91</b>	<b>\$ 495.376,33</b>	<b>\$ 540.700,37</b>	<b>\$ 567.457,56</b>	<b>\$ 650.977,62</b>	<b>\$ 700.414,67</b>	<b>\$ 752.368,58</b>	<b>\$ 806.965,18</b>	<b>\$ 864.336,62</b>
<b>DEPRECIACIÓN</b>		<b>\$ 64.135,61</b>	<b>\$ 64.135,61</b>	<b>\$ 64.135,61</b>	<b>\$ 59.567,27</b>	<b>\$ 59.567,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>
TERRENO	(\$ 95,000,00)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CONSTRUCCIÓN	(\$ 889,710,00)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
MOBILIARIO	(\$ 30,596,31)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
MUEBLES DE OFICINA	(\$ 5,998,00)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
EQUIPOS DE OFICINA	(\$ 11,574,72)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	(\$ 13,705,00)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
VEHÍCULOS	(\$ 154,000,00)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
MAQUINARIAS	(\$ 270,100,00)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
MUEBLES Y ENSERES DE BAÑO	(\$ 7,622,49)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ARTÍCULOS DE LIMPIEZA	(\$ 155,00)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>(\$ 1.478.463,52)</b>	<b>\$ 473.259,12</b>	<b>\$ 518.999,52</b>	<b>\$ 559.511,94</b>	<b>\$ 600.267,64</b>	<b>\$ 627.024,83</b>	<b>\$ 679.744,89</b>	<b>\$ 729.181,94</b>	<b>\$ 781.135,85</b>	<b>\$ 835.732,45</b>	<b>\$ 893.103,89</b>

Tabla N°70: Flujo de Caja Puro Fuente: Elaboración Propia

8.1.4. Flujo de Caja Financiado

FLUJO DE CAJA FINANCIADO											
DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>INGRESOS</b>											
ENTRADAS		\$ 1.176.120,00	\$ 1.234.926,00	\$ 1.296.672,30	\$ 1.361.505,92	\$ 1.429.581,21	\$ 1.501.060,27	\$ 1.576.113,28	\$ 1.654.918,95	\$ 1.737.664,90	\$ 1.824.548,14
LOCALES A&B		\$ 21.000,00	\$ 22.050,00	\$ 23.152,50	\$ 24.310,13	\$ 25.525,63	\$ 26.801,91	\$ 28.142,01	\$ 29.549,11	\$ 31.026,56	\$ 32.577,89
FOTOGRAFÍAS DE RECUERDO		\$ 11.340,00	\$ 11.907,00	\$ 12.502,35	\$ 13.127,47	\$ 13.783,84	\$ 14.473,03	\$ 15.196,68	\$ 15.956,52	\$ 16.754,34	\$ 17.592,06
SALÓN DE EVENTOS		\$ 28.500,00	\$ 29.925,00	\$ 31.421,25	\$ 32.992,31	\$ 34.641,93	\$ 36.374,02	\$ 38.192,73	\$ 40.102,36	\$ 42.107,48	\$ 44.212,85
SOUVENIRS		\$ 81.480,00	\$ 85.554,00	\$ 89.831,70	\$ 94.323,29	\$ 99.039,45	\$ 103.991,42	\$ 109.190,99	\$ 114.650,54	\$ 120.383,07	\$ 126.402,22
CIRCUITO CERRADO		\$ 9.240,00	\$ 9.702,00	\$ 10.187,10	\$ 10.696,46	\$ 11.231,28	\$ 11.792,84	\$ 12.382,48	\$ 13.001,61	\$ 13.651,69	\$ 14.334,27
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>\$ 1.327.680,00</b>	<b>\$ 1.394.064,00</b>	<b>\$ 1.463.767,20</b>	<b>\$ 1.536.955,56</b>	<b>\$ 1.613.803,34</b>	<b>\$ 1.694.493,50</b>	<b>\$ 1.779.218,18</b>	<b>\$ 1.868.179,09</b>	<b>\$ 1.961.588,04</b>	<b>\$ 2.059.667,45</b>
<b>EGRESOS</b>											
COSTO DE COMPRA DE MATERIALES		\$ 12.000,00	\$ 12.600,00	\$ 13.230,00	\$ 13.891,50	\$ 14.586,08	\$ 15.315,38	\$ 16.081,15	\$ 16.885,21	\$ 17.729,47	\$ 18.615,94
COSTO ACTIVO FIJO (MAQUINARIA)		/	/	/	/	\$ 30.000,00	/	/	/	/	/
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>		<b>\$ 12.000,00</b>	<b>\$ 12.600,00</b>	<b>\$ 13.230,00</b>	<b>\$ 13.891,50</b>	<b>\$ 44.586,08</b>	<b>\$ 15.315,38</b>	<b>\$ 16.081,15</b>	<b>\$ 16.885,21</b>	<b>\$ 17.729,47</b>	<b>\$ 18.615,94</b>
<b>UTILIDA BRUTA</b>		<b>\$ 1.315.680,00</b>	<b>\$ 1.381.464,00</b>	<b>\$ 1.450.537,20</b>	<b>\$ 1.523.064,06</b>	<b>\$ 1.569.217,26</b>	<b>\$ 1.679.178,13</b>	<b>\$ 1.763.137,03</b>	<b>\$ 1.851.293,88</b>	<b>\$ 1.943.858,58</b>	<b>\$ 2.041.051,51</b>
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>											
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO		\$ 1.000,00	\$ 1.050,00	\$ 1.102,50	\$ 1.157,63	\$ 1.215,51	\$ 1.276,28	\$ 1.340,10	\$ 1.407,10	\$ 1.477,46	\$ 1.551,33
MANTENIMIENTO		\$ 9.960,00	\$ 9.960,00	\$ 9.960,00	\$ 9.960,00	\$ 9.960,00	\$ 9.960,00	\$ 9.960,00	\$ 9.960,00	\$ 9.960,00	\$ 9.960,00
SUELDOS Y SALARIOS		\$ 496.691,88	\$ 498.191,88	\$ 499.691,88	\$ 501.191,88	\$ 502.691,88	\$ 504.191,88	\$ 505.691,88	\$ 507.191,88	\$ 508.691,88	\$ 510.191,88
ENERGÍA ELÉCTRICA		\$ 16.800,00	\$ 16.800,00	\$ 16.800,00	\$ 16.800,00	\$ 16.800,00	\$ 16.800,00	\$ 16.800,00	\$ 16.800,00	\$ 16.800,00	\$ 16.800,00
AGUA POTABLE		\$ 13.560,00	\$ 13.560,00	\$ 13.560,00	\$ 13.560,00	\$ 13.560,00	\$ 13.560,00	\$ 13.560,00	\$ 13.560,00	\$ 13.560,00	\$ 13.560,00
CABLE, INTERNET, TELÉFONO (3P)		\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00
GASTOS DE PROMOCIÓN		\$ 21.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
SUMINISTROS DE OFICINA		\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>\$ 563.671,88</b>	<b>\$ 559.221,88</b>	<b>\$ 560.774,38</b>	<b>\$ 562.329,51</b>	<b>\$ 563.887,39</b>	<b>\$ 565.448,16</b>	<b>\$ 567.011,98</b>	<b>\$ 568.578,98</b>	<b>\$ 570.149,34</b>	<b>\$ 571.723,21</b>
<b>OTROS EGRESOS</b>											
(-)GASTO DE INSTALACIÓN ELÉCTRICA		\$ 5.000,00	/	/	/	/	/	/	/	/	/
(-)GASTOS DE PUESTA EN MARCHA		\$ 1.000,00	/	/	/	/	/	/	/	/	/
(-)GASTOS DEPRECIACIÓN		\$ 64.135,61	\$ 64.135,61	\$ 64.135,61	\$ 59.567,27	\$ 59.567,27	\$ 28.767,27	\$ 28.767,27	\$ 28.767,27	\$ 28.767,27	\$ 28.767,27
(-) VALOR EN LIBROS		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
<b>TOTAL DE OTROS EGRESOS</b>		<b>\$ 70.135,61</b>	<b>\$ 64.135,61</b>	<b>\$ 64.135,61</b>	<b>\$ 59.567,27</b>	<b>\$ 59.567,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>
<b>U. ANTES DE INT. E IMPUESTOS</b>		<b>\$ 681.872,51</b>	<b>\$ 758.106,51</b>	<b>\$ 825.627,21</b>	<b>\$ 901.167,29</b>	<b>\$ 945.762,61</b>	<b>\$ 1.084.962,69</b>	<b>\$ 1.167.357,79</b>	<b>\$ 1.253.947,63</b>	<b>\$ 1.344.941,97</b>	<b>\$ 1.440.561,03</b>
INTERESES POR PAGAR		\$ 113.841,69	\$ 107.033,80	\$ 99.477,03	\$ 91.089,02	\$ 81.778,33	\$ 71.443,47	\$ 59.971,77	\$ 47.238,18	\$ 33.103,90	\$ 17.414,85
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>\$ 568.030,82</b>	<b>\$ 651.072,71</b>	<b>\$ 726.150,18</b>	<b>\$ 810.078,27</b>	<b>\$ 863.984,28</b>	<b>\$ 1.013.519,22</b>	<b>\$ 1.107.386,02</b>	<b>\$ 1.206.709,45</b>	<b>\$ 1.311.838,07</b>	<b>\$ 1.423.146,18</b>
15% DE PARTICIPACIÓN		\$ 85.204,62	\$ 97.660,91	\$ 108.922,53	\$ 121.511,74	\$ 129.597,64	\$ 152.027,88	\$ 166.107,90	\$ 181.006,42	\$ 196.775,71	\$ 213.471,93
25% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 142.007,71	\$ 162.768,18	\$ 181.537,55	\$ 202.519,57	\$ 215.996,07	\$ 253.379,81	\$ 276.846,50	\$ 301.677,36	\$ 327.959,52	\$ 355.786,54
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$ 340.818,49</b>	<b>\$ 390.643,63</b>	<b>\$ 435.690,11</b>	<b>\$ 486.046,96</b>	<b>\$ 518.390,57</b>	<b>\$ 608.111,53</b>	<b>\$ 664.431,61</b>	<b>\$ 724.025,67</b>	<b>\$ 787.102,84</b>	<b>\$ 853.887,71</b>
<b>DEPRECIACIÓN</b>		<b>\$ 64.135,61</b>	<b>\$ 64.135,61</b>	<b>\$ 64.135,61</b>	<b>\$ 59.567,27</b>	<b>\$ 59.567,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>	<b>\$ 28.767,27</b>
TERRENO	(\$ 95.000,00)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CONSTRUCCIÓN	(\$ 689.710,00)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
MOBILIARIO	(\$ 30.598,31)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
MUEBLES DE OFICINA	(\$ 5.998,00)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
EQUIPOS DE OFICINA	(\$ 11.574,72)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	(\$ 13.705,00)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
VEHÍCULOS	(\$ 154.000,00)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
MAQUINARIAS	(\$ 270.100,00)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
MUEBLES Y ENSERES DE BAÑO	(\$ 7.622,49)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ARTÍCULOS DE LIMPIEZA	(\$ 155,00)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
CRÉDITO A LARGO PLAZO	\$ 1.034.924,46	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
AMORTIZACIÓN		\$ 61.889,96	\$ 68.697,86	\$ 76.254,62	\$ 84.642,63	\$ 93.953,32	\$ 104.288,18	\$ 115.759,88	\$ 128.493,47	\$ 142.627,75	\$ 158.316,80
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>(\$ 443.539,06)</b>	<b>\$ 343.064,14</b>	<b>\$ 386.081,38</b>	<b>\$ 423.571,10</b>	<b>\$ 460.971,60</b>	<b>\$ 484.004,52</b>	<b>\$ 532.590,62</b>	<b>\$ 577.439,00</b>	<b>\$ 624.299,47</b>	<b>\$ 673.242,36</b>	<b>\$ 724.338,18</b>

Tabla N°71: Flujo de Caja Financiado Fuente: Elaboración Propia

### Indicadores Financieros: Flujo de Caja Puro

En la siguiente tabla se presentan los indicadores financieros del flujo de caja Puro:

FLUJO DE CAJA PURO	
INDICADORES	
Tasa de Descuento	31%
TIR	37%
VAN	\$268.734,03
PAYBACK	3

Tabla N° 72: Indicadores Flujo de caja puro  
Fuente: Elaboración propia

### Indicadores Financieros: Flujo de Caja Financiado

En la siguiente tabla se presentan los indicadores financieros del flujo de caja Financiado:

FLUJO DE CAJA FINANCIADO	
INDICADORES	
Tasa de Descuento	31%
TIR	87%
VAN	\$886.218,78
PAYBACK	2

Tabla N° 73: Indicadores Flujo de caja financiado  
Fuente: Elaboración propia

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de la elaboración del presente proyecto se demostró la factibilidad que tiene la creación de este Parque Temático en el cantón Naranjal, el cual va a permitir que se proyecte como un destino turístico que debe ser visitado.

Gracias al estudio de mercado realizado, se obtuvo un nivel de aceptación a visitar el parque temático del 95%, lo que significa una amplia captación de clientes, junto con la aceptación en cuanto al precio de entrada de un 63%. Esto

debido a que las personas buscan nuevos lugares turísticos y de entretenimiento en el Ecuador.

De acuerdo al estudio económico y financiero, se concluye que el proyecto es factible, a pesar de la alta inversión, ya que la Tasa Interna de Retorno es mayor a la Tasa de Descuento, lo que asegura una rentabilidad de los recursos invertidos.

Al ser el único establecimiento que ofrece servicios de esta magnitud, se cuenta con la ventaja competitiva de ser el primero sobre otros centros de diversión, entretenimiento y aprendizaje del país.

Debido a las altas exigencias del mercado y al requisito fundamental de mantenerse siempre a la vanguardia, se recomienda una innovación permanente o mejoramiento continuo en los servicios que ofrecerá el parque temático en el transcurso de sus actividades, para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes.

Crear convenios con asociaciones privadas relacionadas con la temática del cacao y del chocolate, para el beneficio mutuo.

Es de conocimiento general que el Gobierno Nacional actualmente está brindando más apoyo al sector turístico, pero se recomienda que esta entidad permita agilizar los trámites necesarios a las personas que desean establecer un negocio dentro de dicho sector.

Para mantener un servicio al cliente de calidad, se recomienda no olvidar la realización de capacitaciones constantes al personal del parque temático, al igual que incentivos a los mismos para reconocer el esfuerzo que realizan en sus labores.



## BIBLIOGRAFÍA

- Antón, S. (2005). Parques Temáticos: Más Allá del Ocio.
- ecuador.pordescubrir.com. (s.f.). Conoce la Ruta del Cacao. Obtenido de <http://ecuador.pordescubrir.com/conoce-ruta-cacao-ecuador.html>
- es.wikipedia.org. (2014). Chocolate. Recuperado el 2014, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Chocolate>
- es.wikipedia.org. (2014). Theobroma cacao. Recuperado el 2014, de [http://es.wikipedia.org/wiki/Theobroma\\_cacao](http://es.wikipedia.org/wiki/Theobroma_cacao)
- es.wikipedia.org. (s.f.). Disneyland. Recuperado el 2014, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Disneyland>
- es.wikipedia.org. (s.f.). Entretenimiento. Recuperado el 2014, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Entretenimiento>
- es.wikipedia.org. (s.f.). Parque Temático. Recuperado el 2014
- externos.uma.es. (2000). Los parques temáticos como estrategia de producto. Recuperado el 2014, de <http://externos.uma.es/cuadernos/pdfs/pdf449.pdf>
- Kotler, P. (2004). Marketing para Turismo. México DF: Pearson Prentice Hall.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1990). Turismo: Repercusiones económicas, fiscales y sociales. México: Trillas.
- Paguay, J. (27 de Diciembre de 2011). De la "Pepa de Oro" a la "Ruta del Cacao". Recuperado el 24 de Julio de 2014, de [jorgepaguay.wordexpress.com](http://jorgepaguay.wordexpress.com).
- Porter, M. (2009). Ser Competitivo, Edición Aumentada y Actualizada. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Turismo, O. M. (1998). Manual de Introducción al Turismo. Madrid.
- www.anecacao.com. (s.f.). Asociación Nacional de Exportadores de Cacao. Recuperado el 2014
- www.areadepymes.com. (s.f.). Plazo de Recuperación de una inversión. Recuperado el 2014, de <http://www.areadepymes.com/?tit=inversiones-en-inmovilizado-o-existencias-pay-back-o-plazo-de-recuperacion&name=Manuales&fid=ef0bcad>
- www.crecenegocios.com. (s.f.). El VAN y el TIR. Recuperado el 2014, de <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>
- www.ecuadorencifras.gob.ec. (2014). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Recuperado el 2014, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- www.ehowenespanol.com. (2011). Cómo crear un parque temático. Recuperado el 2014, de [http://www.ehowenespanol.com/crear-parque-tematico-como\\_155426/](http://www.ehowenespanol.com/crear-parque-tematico-como_155426/)
- www.geocities.ws. (s.f.). La Noticia Naranjal. Recuperado el 2014, de <http://www.geocities.ws/lanoticianaranjal/40inca.html>



www.guayas.gob.ec. (s.f.). Información General: Naranjal. Recuperado el 24 de Julio de 2014

www.inec.gob.ec. (2011). Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico. Recuperado el 2014, de [http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com\\_content&view=article&id=112&Itemid=90&](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&)

www.naranjal.gob.ec. (s.f.). Alcaldía de Naranjal. Recuperado el 2014

www.parquenacionaldelcafe.com. (s.f.). Parque Nacional del Café. Recuperado el 2014, de <http://www.parquenacionaldelcafe.com/newpage/>

www.sri.gob.ec. (2014). Servicio de Rentas Internas. Recuperado el 2014, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

www.supercias.gob.ec. (2014). Superintendencia de Compañías/Ley de Compañías. Recuperado el 2014, de <http://www.supercias.gob.ec/portal/>

www.turismo.gob.ec. (s.f.). Ley de Turismo. Recuperado el 2014, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

www.turismo.gob.ec. (s.f.). Ministerio de Turismo. Recuperado el 2014

www.viajandox.com. (s.f.). Cantón Naranjal. Recuperado el 2014, de <http://www.viajandox.com/guayas/naranjal-canton.htm>

ISBN: 978-9942-760-70-8



**ING. CARLOS ANDRÉS ORTIZ CHIMBO**

INGENIERO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS HOTELERAS, POR LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR UIDE; TECNÓLOGO EN TURISMO MENCION DIRECCION DE CONGRESOS, EVENTOS Y PARQUES TEMATICOS POR EL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR ESPIRITU SANTO; PROFESIONAL COMPROMETIDO CON SU TRABAJO, PROACTIVO, CON ARAS DE SUPERACIÓN CONTINUA.

**ARQ. MARÍA MERCEDES ZEBALLOS GANDO, MGS.**

MAGISTER EN MANEJO DE RECURSOS COSTEROS, POR LA ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL; ARQUITECTA, POR LA UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL; DOCENTE UNIVERSITARIA; PROFESIONAL DESTACADA, BUSCA ALCANZAR LOS OBJETIVOS QUE REQUIERE LA EMPRESA E INSTITUCIÓN EDUCATIVA Y ESTABLECER ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO MÁXIMO DE SUS POTENCIALIDADES.

**ING. KARLA SOLEDAD ORTIZ CHIMBO, MGS.**

MAGISTER EN DISEÑO CURRICULAR POR COMPETENCIAS; DIPLOMA EN DISEÑO CURRICULAR; INGENIERA COMERCIAL; TECNÓLOGA EN GESTIÓN EMPRESARIAL; DIPLOMA DE HABILITACIÓN UNIVERSITARIA SNNA; TRAYECTORIA EN DOCENCIA UNIVERSITARIA DESDE EL AÑO 2008, EN LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR, TECNOLÓGICO ESPIRITU SANTO; TUTORA DE TESIS DE PREGRADO Y POSTGRADO; PROFESIONAL COMPROMETIDA CON SU CARRERA; GENERADORA DE PRODUCCIÓN CIENTÍFICA CONTINUA EN CONGRESOS NACIONALES E INTERNACIONALES; SIEMPRE AL SERVICIO DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA Y EN GENERAL. DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.

**KARLA MARIBEL ORTIZ CHIMBO, MGS.**

MAGISTER EN DISEÑO CURRICULAR POR COMPETENCIAS; DIPLOMA EN DISEÑO CURRICULAR POR COMPETENCIAS POR LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL; INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS ÉNFASIS EN GESTIÓN EMPRESARIAL POR LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC; TUTORA DE TESIS DE PREGRADO Y POSTGRADO; DOCENTE DE LA FACULTAD DE CIENCIAS MATEMÁTICAS Y FÍSICAS, CARRERA INGENIERÍA EN NETWORKING Y TELECOMUNICACIONES DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL; JEFA DE LA DIVISIÓN DE PRESUPUESTO DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL; 11 AÑOS DE SERVICIO PÚBLICO.