



¡ POSGRADOS !

MAESTRÍA EN --- ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RPC-SO-37-No.696-2017

OPCIÓN DE
TITULACIÓN:

PROYECTOS DE DESARROLLO

TEMA:

PROYECTO DE DESARROLLO PARA LA
CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO
INCLUSIVO PARA PERSONAS CON Y SIN
DISCAPACIDAD, EN EL CANTÓN SANTA
ISABEL, SECTOR VALLE DE YUNGUILLA,
EN LA PROVINCIA DEL AZUAY

AUTOR:

ANDREA MARISELA CARRION POLO

DIRECTOR:

JUAN FRANCISCO CORDERO LOPEZ

CUENCA - ECUADOR
2020

Autor:



Andrea Marisela Carrión Polo.

Ingeniería en Contabilidad y Auditoría
Candidata a Magíster en Administración de Empresas, Mención en
Gestión de Proyectos por la Universidad Politécnica Salesiana – Sede
Cuenca.
acarrionp@est.ups.edu.ec

Dirigido por:



Ing. Juan Francisco Cordero López. Mgtr.

Ingeniero Comercial
Especialista en Tributación
Diploma Superior en Desarrollo Económico Territorial
Doctor en Jurisprudencia y Abogado de los Tribunales de Justicia de
la República
Magister of Science Entrepreneurship
juanfcordero@gmail.com

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

©2020 Universidad Politécnica Salesiana.

CUENCA – ECUADOR – SUDAMÉRICA

CARRION POLO ANDREA M.

PROYECTO DE DESARROLLO PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO INCLUSIVO PARA PERSONAS CON Y SIN DISCAPACIDAD, EN EL CANTÓN SANTA ISABEL, SECTOR VALLE DE YUNGUILLA, EN LA PROVINCIA DEL AZUAY

RESUMEN

El presente proyecto propone la creación de un parque acuático inclusivo, tanto para personas con y sin discapacidad, con la finalidad de desarrollar un ambiente donde no existan barreras arquitectónicas que separen o impidan una socialización amigable e igualitaria entre los usuarios, independientemente de sus diferencias físicas.

Aunque en la actualidad pocos establecimientos en el país poseen estructuras que brindan juegos con la modalidad de parque acuático, hasta el momento no existe alguno en donde sus instalaciones sean totalmente accesibles y oferten espacios adecuados para recibir a personas con y sin discapacidad en un mismo lugar, es por ello que nace esta idea de proyecto de desarrollo, que aporte a la sociedad con un espacio donde la sana diversión sea el denominador común, y donde los usuarios puedan sentirse en un ambiente familiar, cómodo, seguro y accesible en sus momentos de ocio y distracción.

Palabras clave: Desarrollo, discapacidad, inclusivo, accesibilidad.

ABSTRACT

This project proposes the creation of an inclusive water park, both for people with and without disabilities, in order to develop an environment where there are no architectural barriers that separate or prevent a friendly and egalitarian socialization between users, regardless of their physical differences.

Although, currently, few establishments in the country have structures that offer games in the form of a water park, so far there is not one where their facilities are fully accessible and offer adequate spaces to receive people with and without disabilities in the same place, that is why this idea of a development project was born, which contributes to society with a space where healthy fun is the common denominator, and where users can experience a familiar, comfortable, safe and accessible environment for their leisure time and distraction.

Keywords: Project, development, disability, inclusion, accessibility

ÍNDICE DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	8
1.1	Situación Problemática. Antecedentes	9
1.2	Formulación del Problema.....	12
1.3	Justificación teórica	12
1.4	Justificación práctica	15
1.5	Objetivos.....	16
1.6	Objetivo general	16
1.7	Objetivos Específicos	16
1.8	Principales resultados	16
2.	MARCO TEÓRICO.....	17
2.1	Marco conceptual.	17
2.1.1	Balanced Scorecard – BSC Cuadro de Mando Integral.....	17
2.1.2	El lienzo del Modelo de Negocio - CANVAS.....	18
2.1.3	Plan de Marketing.....	19
2.2	Bases Teóricas. Discusión de enfoques	19
3.	METODOLOGÍA	21
3.1	Unidad de análisis.....	21
3.2	Población	22
3.3	Tamaño de muestra.....	27
3.4	Selección de la muestra	28
3.5	Métodos a emplear.....	29
3.6	Identificación de las necesidades de información. Fuentes primarias o secundarias	30
3.7	Técnicas de recolección de datos.....	31
3.8	Herramientas utilizadas para el análisis e interpretación de la información.	31
3.9	Procedimientos y técnicas empleadas para el desarrollo del nuevo producto.	41
4.	RESULTADOS	42
4.1	Factor de diferenciación del Parque Acuático Inclusivo.	42
4.2	Resultados del estudio de mercado.....	43
4.3	Prototipo del Parque Acuático Inclusivo	48
4.3.1	Estructura Organizacional.....	48

4.3.2	Balanced Scorecard.....	56
4.3.3	CANVAS	58
4.4	Análisis de factibilidad.....	64
4.4.1	Factibilidad técnica.....	64
4.4.2	Factibilidad económica.....	75
4.4.3	Factibilidad natural.....	78
4.4.4	Factibilidad legal	79
4.4.5	Factibilidad social.....	87
4.4.6	Factibilidad comercial	88
4.4.7	Factibilidad financiera:	88
5.	PROPUESTA ESTRATÉGICA DE LANZAMIENTO DE NUEVO PRODUCTO	94
5.1	Plan de marketing.....	94
5.1.1	Idea de Negocio.....	94
5.1.2	Objetivos.....	95
5.1.3	Estrategia de Marketing:.....	95
6.	CONCLUSIONES	100
7.	RECOMENDACIONES	100
8.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	101
9.	ANEXOS.....	108

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Edad de la persona con discapacidad	32
Tabla 2. Tipo de Discapacidad	33
Tabla 3. Existencia de un espacio inclusivo recreativo	34
Tabla 4. Existe de un parque acuático inclusivo	35
Tabla 5. Conocimiento del territorio	36
Tabla 6. Aceptación de la creación del proyecto	36
Tabla 7. Deseo de asistir al proyecto	37
Tabla 8. Frecuencia de Asistencia al Proyecto	38
Tabla 9. Posee vehículo para trasladarse.	38
Tabla 10. Puntaje Ficha Socioeconómica	39
Tabla 11. Rol de pagos del personal del Parque Acuático Inclusivo	53
Tabla 12. Rol de provisiones del personal del Parque Acuático Inclusivo	53
Tabla 13. Matriz Balanced Scorecard propuesto para el Parque Acuático Inclusivo	57
Tabla 14. Detalle de áreas y costo del Parque Acuático Inclusivo	76
Tabla 15. Presupuesto construcción Parque Acuático Inclusivo - Etapa 1	76
Tabla 16. Presupuesto global de inversión	77
Tabla 17. Estado de Situación Inicial	89
Tabla 18. Proyección de afluencia anual de clientes	90

Tabla 19. Ingresos por venta de entradas 90

Tabla 20. Otros Ingresos..... 91

Tabla 21. Proyección de Ingresos Totales 92

Tabla 22. Proyección de Gastos y Costos 92

Tabla 23. Flujo de Caja Proyectado 93

Tabla 24. Indicadores de Evaluación Financiera 94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Plantilla para lienzo del modelo de negocio	18
Figura 2. Personas con discapacidad - Azuay.....	22
Figura 3. Distribución Geográfica de las Personas con discapacidad en el Azuay.	23
Figura 4. Tipos de discapacidad - Azuay	23
Figura 5. Grado de discapacidad - Azuay.....	24
Figura 6. Género - Azuay	24
Figura 7. Grupos Etarios - Azuay.....	25
Figura 8. Personas con discapacidad - Nacional	25
Figura 9. Tipos de discapacidad - Nacional	26
Figura 10. Grado de discapacidad - Nacional.....	26
Figura 11. Género - Nacional	27
Figura 12. Rangos de edad - Nacional.....	27
Figura 13. Edad de la persona con discapacidad	33
Figura 14. Tipo de Discapacidad	34
Figura 15. Existencia de un espacio inclusivo recreativo	35
Figura 16. Existencia de Parque Acuático Inclusivo.....	35
Figura 17. Conocimiento del territorio	36
Figura 18. Aceptación del proyecto	37
Figura 19. Deseo de asistir al proyecto.....	37
Figura 20. Frecuencia de Asistencia al Proyecto.....	38

Figura 21. Posee vehículo para trasladarse.	39
Figura 22. Puntaje Ficha Socioeconómica	40
Figura 23 Parque Acuático Planeta Azul - Gualaceo.....	45
Figura 24. Parque Acuático Guachapala	46
Figura 25. Parque Inclusivo de Cuenca	47
Figura 26. Propuesta de Logotipo para el Parque Acuático Inclusivo.....	49
<i>Figura 27. Organigrama del Parque Acuático Inclusivo.....</i>	<i>52</i>
Figura 28. CANVAS - Parque Acuático Inclusivo	58
Figura 29. Ubicación del Terreno para el Proyecto	64
Figura 30. Ubicación del Predio.....	65
Figura 31. Propuesta del Proyecto Parque Acuático Inclusivo - Etapa 1	66
Figura 32. Propuesta Área Inclusiva	67
Figura 33. Propuesta Área Inclusiva	67
Figura 34. Propuesta Área Inclusiva	68
Figura 35. Propuesta Área Inclusiva	68
Figura 36. Propuesta Área Inclusiva	69
Figura 37. Propuesta Área Inclusiva	69
Figura 38. Propuesta de Toboganes.....	70
Figura 39. Propuesta de Toboganes.....	70
Figura 40. Proceso para el Tratamiento y Uso del Agua	71
Figura 41. Diseño de Servicios Complementarios - Etapa 2	73

Figura 42. Diseño Infraestructura Total - Parque Acuático Inclusivo y Servicios Complementarios	74
Figura 43. Simbología y áreas de la Infraestructura Total	75
Figura 44. Definición de la Naturaleza de la Empresa	81
Figura 45. Obligaciones del Empresario	82
Figura 46. Obligaciones con el Personal Bajo Relación de Dependencia.....	83
Figura 47. Habilitantes para el Funcionamiento: Municipales.....	84
Figura 48. Habilitantes para el Funcionamiento: Municipales.....	85
Figura 49. Habilitantes para el Funcionamiento: Municipales.....	86

1. INTRODUCCIÓN

Este proyecto busca ser un aporte al turismo inclusivo y el desarrollo económico del sector, desde una perspectiva más amplia a la que se ha venido desarrollando desde los últimos años, la visión es llegar a incluir de manera más activa a las personas con discapacidad, en un mundo donde existen muchas limitantes, ya sean estas arquitectónicas o mentales, es por ello la propuesta de crear un espacio donde no existan barreras físicas e influenciar en la sociedad para eliminar estigmas sociales y diferencias que existen solo en la mente de quienes han tenido una vida distinta a la de los demás.

Se propone la creación de un parque acuático inclusivo en el Valle de Yunguilla, en primer lugar, porque es una idea innovadora para el sector económico, tanto a nivel local como nacional, este Proyecto se convertiría en el primer parque acuático inclusivo de la provincia y del país, en segundo lugar, queremos aprovechar las condiciones climáticas que nos brinda el sector, al ser un valle, su temperatura ambiente varía entre los 19°C a 27°C, ofreciendo a los turistas un clima cálido – seco, esto ha dado paso, a que el sector se caracterice por la presencia de algunas hosterías, las mismas que invitan a realizar actividades de descanso y recreación; pero las instalaciones de estos establecimientos turísticos no brindan seguridad, inclusión, ni acceso adecuado para las personas con discapacidad, por lo tanto, no garantizan que puedan disfrutar de momentos de ocio y sana diversión. Es por ello que nace esta idea de negocio, crear un parque acuático inclusivo, funcional, accesible, seguro y sostenible económicamente en el tiempo; crear un entorno para las personas con y sin discapacidad, aprovechando las bondadosas características que nos ofrece el clima del Valle de Yunguilla, contribuyendo a mejorar la oferta del sector, y, garantizando un entorno inclusivo donde se pueda vivir una experiencia cómoda y agradable. En el Valle de Yunguilla,

dentro de la provincia del Azuay, no existen parques acuáticos que tengan el valor agregado de ser inclusivos, debido a que es un nicho inexplorado, es por ello que se propone el presente trabajo de titulación para la creación de un parque acuático inclusivo para personas con y sin discapacidad.

1.1 Situación Problemática. Antecedentes

Este proyecto de desarrollo nace de la necesidad de implantar un lugar en donde las personas con discapacidades y quienes no tienen ninguna, puedan disfrutar y convivir juntos, promoviendo la inclusión sin barreras arquitectónicas y mentales que los separen.

Se ha visto como las preconcepciones humanas han aislado a las personas con discapacidad de los entornos sociales, pero en la última década se ha dado un realce a esta problemática social y mental existente en nuestro entorno, lo que motiva al desarrollo de este proyecto, para promover el respeto a todas las personas con esas condiciones, de igual manera se busca no solo la inclusión en el ámbito laboral, para el cumplimiento de la normativa vigente, sino también pensar en los derechos que las personas con discapacidad no están disfrutando, porque no se prestan las condiciones para ello, es decir, en la actualidad existen escasas alternativas que permitan crear un ambiente inclusivo para la sana recreación y distracción.

Hoy en día existen lugares que permiten la inclusión de manera más activa, pero estas alternativas no se encuentran en nuestro territorio, éstas se ubican en otros países, lugares donde la inclusión es parte de sus políticas y de sus infraestructuras.

El parque más importante, y el cual ha sido tomado como un referente primordial para la concepción de este proyecto, es Morgan's Inspiration Island, ubicado en Texas; marcó un hito en

la historia al abrir sus puertas un 17 de junio del año 2017, al convertirse en el primer parque acuático inclusivo a nivel mundial, cuyo objetivo principal es conseguir la inclusión en un parque temático para personas con y sin discapacidad.

Este parque es un lugar donde la inclusión es el eje central de su funcionamiento, es la médula de su misión y visión, se trata de una locación con espacios abiertos y sin barreras arquitectónicas, que impidan o limiten la movilidad de las personas en silla de ruedas o con alguna necesidad especial, es de ahí donde nace este proyecto, con la finalidad de emular ésta área recreativa e implantarla en nuestro país, la idea es brindar atracciones que no demandan de mucha complejidad o de grandes avances tecnológicos, sino más bien apuntar al hecho fundamental de eliminar las limitaciones físicas, generando de igual manera un cambio en el sector económico turístico existente.

Como ya se explicó, el secreto, o el camino para la implementación de este proyecto será eliminar todas las barreras, en la medida de lo posible las mentales como las arquitectónicas, es importante aclarar que, aunque es muy utópico querer cambiar la mentalidad de la gente, lo que se busca es, de a poco contribuir o influenciar en la idea sobre la inclusión, comenzando por quienes visiten este espacio, donde se pueda evidenciar y promover este tipo de convivencia sana y de alguna manera buscar el punto de ruptura y se pueda lograr la inclusión.

Actualmente y según las Estadísticas de discapacidad realizadas por el CONADIS, a julio de 2020 y cuya fuente es el Ministerio de Salud Pública, en el Ecuador existen 481.392 y en el Azuay 30.093 personas con discapacidad registradas.

Instalaciones adaptadas a cualquier aparato, alquiler gratuito de sillas de ruedas impermeables, pases rápidos para evitar la aglomeración de personas en incómodas colas, además de esto la fuerza laboral contratada será del sector donde se va a implantar el proyecto, de esta manera se incentiva el desarrollo económico local y que la sociedad conviva de manera sana en ambientes de igualdad y distracción, con este proyecto de lo que se trata no es solo vender boletos, sino también el ofrecer un buen servicio, éstas serán algunas de las características que conformarán este parque.

El desarrollo local es parte de la responsabilidad social del proyecto, al retribuir a todos quienes laborarán en ésta idea, brindándoles un ambiente laboral estable, donde puedan adquirir conocimientos, y experiencias, mediante capacitación constante que sirva, motive y aporte a su desarrollo personal, potencializando en ellos la solución de problemas de manera asertiva, toma de decisiones idóneas, aumentar su confianza formando líderes y mejorar de forma continua el ambiente laboral y el trato con los clientes.

En nuestro país, son pocos por no decir, que no existen parques acuáticos inclusivos, que puedan brindar servicios adecuados para este nicho de personas, que por el momento más allá de ofrecer tarifas reducidas, eliminación de pendientes o creación de rampas, más puestos de estacionamiento para personas con discapacidad, no están preparados para ser inclusivos en su totalidad,

Debido a la necesidad de crear un espacio de esparcimiento donde se pueda experimentar y vivir un inclusión sana y sobretodo en un entorno donde no haya discriminación, unida a la necesidad de crear un espacio que impulse el turismo del sector, es por ello que se analiza la factibilidad de crear este proyecto como respuesta a esas necesidades.

1.2 Formulación del Problema

En la actualidad podemos observar que en nuestro país no existen muchos lugares de esparcimiento que se encuentren adaptados para brindar una integración de todas las personas, con y sin discapacidad, los pocos que se pueden ver, no tienen un protocolo de acción que permita un acercamiento y sensibilización con la realidad de muchas familias que día a día, trabajan por mejorar la calidad de vida de sus familias. En base a este déficit, que pasa por alto para la población que no se siente afectada, se convierte en un problema tanto para los usuarios y sus familias mentoras, que no pueden acceder a instalaciones seguras que les permitan recrearse e interactuar bajo las premisas de la igualdad y la inclusión social.

A pesar de los intentos privados y gubernamentales por tratar de sobrellevar esta realidad, se ve un vacío en esta área que no está siendo abordada de manera competente, por lo tanto, de esta necesidad social, nace la oportunidad de negocio, el cual puede ser económicamente viable si se logra cubrir esta necesidad poblacional con la de realizar un producto innovador y capaz de competir en el mercado.

Este proyecto pretende abordar esta problemática social con la creación de un parque acuático inclusivo para personas con y sin discapacidad, poniendo a disposición instalaciones accesibles que atiendan discapacidades tanto de tipo motor, psíquico y sensorial.

1.3 Justificación teórica

Parte de la inclusión social consiste en eliminar barreras físicas, innovación en diseños de ambientes, proponer nuevas formas de planeación, dando como resultado la creación de entornos favorables.

“Eliminar los obstáculos en los espacios públicos, transporte, información y comunicación hará posible que las personas con discapacidad participen en la educación, empleo y vida social, reduciendo así su aislamiento y dependencia. En todos los dominios, los requisitos fundamentales para abordar la accesibilidad y reducir las actitudes negativas son las normas de acceso; la cooperación entre los sectores público y privado; una organización líder responsable de la ejecución; la formación en accesibilidad; el diseño universal para los planificadores, arquitectos y diseñadores; la participación de los usuarios, y la educación pública” (Resumen sobre el Informe Mundial sobre la discapacidad, 2011, p.16).

La creación de entornos favorables, la motivación para realizar una inclusión social con éxito, los deseos de crear una sociedad más justa, donde la igualdad sea un principio básico, se enmarca dentro del propósito que tiene la Convención. Promover, proteger y asegurar el goce pleno y en condiciones de igualdad de todos los derechos humanos y libertades fundamentales por todas las personas con discapacidad, y promover el respeto de su dignidad inherente. Las personas con discapacidad incluyen a aquellas que tengan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás. (CDPD, 2008). Bajo esta premisa expuesta en el Informe Mundial sobre la discapacidad, se busca la mostrar una visión diferente y a la vez similar a la de la Convención, que busca garantizar a las personas con discapacidad la oportunidad de conocer cuáles son sus derechos además de que puedan transmitir sus criterios.

El Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021. Toda una Vida, en su Objetivo 1 (2017) su prioridad central es el brindar y garantizar una vida que sea digna, así como también velar por el desarrollo

de los infantes, potenciando sus aptitudes tomando en cuenta, entre varios aspectos, sus discapacidades.

Gracias al avance de la ciencia y el descubrimiento de nuevas visiones y enfoques desde las diversas organizaciones mundiales que buscan la igualdad, la inclusión y la participación activa es que todos se reivindican en lo fundamental que es para todos los seres humanos el disponer de espacios o entornos que les brinde un ambiente amigable, sano y seguro donde sus capacidades o discapacidades no sean limitantes y se fomente a vivir en armonía con la sociedad en general.

Con esta motivación estamos convencidos de crear este parque acuático inclusivo, donde las barreras arquitectónicas sean parte del pasado, y romper esquemas, marcar un precedente, asumir el reto de la inclusión e igualdad en un mismo espacio.

En la mayoría de veces las personas con discapacidad son las personas olvidadas, las que, al no poder contar con los medios necesarios para hacer escuchar sus necesidades, terminan siendo discriminados, segregados y dejados de lado puesto que el entorno no cuenta con los elementos necesarios que les permitan sentirse sanos y como miembros activos de una justa y merecida participación, al igual que los demás.

Al crear un parque acuático accesible e inclusivo, ayudará a muchas organizaciones a rediseñar sus diseños y estructuras, motivando a un cambio, a un avance, a una inclusión más activa desde sus inicios, desde la visión y la planeación para luego ser plasmada en grandes proyectos y nuevas propuestas.

1.4 Justificación práctica

El presente Proyecto de Desarrollo está concebido bajo la premisa de la creación de un espacio en el cual puedan disfrutar todas las personas, tanto aquellas que tienen discapacidades como quienes no las tengan y lo puedan hacer en un solo lugar, sin discriminación, reconociendo nuevas oportunidades, cuya creación se enfoque en contribuir con la sociedad, apostando a una inclusión social responsable, operando dentro de criterios éticos definidos, inculcando una responsabilidad social en toda la organización y fortalecer los valores universales en general, con empatía, poniéndonos en los zapatos y en el sentir del otro, haciendo que la vinculación sea útil a las realidades y demandas del entorno, generando crecimiento económico en el sector y proyectándose a ser sostenible en el tiempo.

De ahí parte la importancia de desarrollar un parque acuático con instalaciones adecuadas donde puedan divertirse todos, y con todos nos referimos a personas con necesidades especiales y a aquellas que no las tienen, esto promovería la sensibilización de la comunidad ante la problemática existente de la discapacidad y tratar de percibir la incompreensión que llegan a sentir quienes la poseen.

Una idea sencilla, pero que hasta ahora no ha tomado forma en nuestro país, un lugar en donde niños y adultos con necesidades especiales son incluidos. Se habla de modelos novedosos que en sectores de pobreza sean eficientes, creen valor para todos los actores, intervengan en ciertas áreas donde falla el mercado y permitan superar las trampas de ineficiencia.

Eso legítimamente, es otro factor por el cual es importante el desarrollo de esta idea, ya que se busca ser recíprocos con el entorno, no solo con el entorno inmediato con la generación de empleo

local, sino también con el entorno más amplio al cubrir necesidades que contribuyan a mejorar la calidad de vida tanto de los clientes como de los moradores de la localidad.

1.5 Objetivos

1.6 Objetivo general

Proponer un proyecto de desarrollo para la creación de un parque acuático inclusivo para personas con y sin discapacidad, que brinde un espacio donde se fomente la inclusión, transformando de esta manera las estructuras en lugares limpios, seguros, accesibles y sin barreras arquitectónicas.

1.7 Objetivos Específicos

- Determinar las necesidades de las personas con y sin discapacidad, al momento de elegir un lugar para vacacionar.
- Diseñar una infraestructura óptima de las atracciones del parque.
- Desarrollar un plan de marketing para posicionar al parque acuático inclusivo en el mercado y ser un referente para el sector.
- Sensibilizar a la sociedad sobre el valor de la inclusión y el esparcimiento.

1.8 Principales resultados

- Diseñar un parque acuático inclusivo para personas con y sin discapacidad, para en lo posterior implantarlo en el Cantón Santa Isabel, sector Valle de Yunguilla, en la provincia del Azuay.
- Mejorar los servicios turísticos del sector, con la implementación de un espacio innovador, seguro, y accesible, para el sano entretenimiento y recreación.

- Establecer un programa de marketing que promueva el posicionamiento del parque acuático en el mercado local y nacional.
- Desarrollar un marco formal de la empresa, precisos para dar inicio a la ejecución del proyecto.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Marco conceptual.

2.1.1 Balanced Scorecard – BSC Cuadro de Mando Integral

Es una herramienta que nos permite conocer la salud de la organización y la manera en que se encaminan las diferentes acciones para alcanzar la visión. A partir del equilibrio entre los indicadores se pueden tomar decisiones encaminadas a corregir las acciones que tiene inferencia directa en el desempeño global de la compañía.

En base a lo planteado por (Kaplan & Norton, 2009) el Balanced Scorecard – BSC, es el instrumento que nos permite obtener una visión global de la empresa, convirtiéndose en la herramienta primaria del sistema informativo que retroalimenta al sistema de control de gestión en su labor de mejorar su nivel de competitividad en el largo plazo.

El proceso de desarrollo de la Matriz del Balanced Scorecard implica varios pasos: primero se establece la visión clara del futuro de la empresa, se definen los objetivos estratégicos, luego se determinarán los factores críticos de éxito, se plantearán indicadores idóneos para medir y seguir el rendimiento y por último se establecerán las metas, planes de acción e iniciativas, todo en concordancia y armonía con cada una de las cuatro perspectivas: financieras, del cliente, procesos internos y por último aprendizaje y crecimiento.

2.1.2 El lienzo del Modelo de Negocio - CANVAS

Comenzaremos con la definición, según Osterwalder & Pigneur (2011) “un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor” (p.14), es por ello que estos autores manifiestan que al dividir el modelo de negocio en nueve módulos se puede observar de una manera más clara la lógica que sigue una organización durante el proceso para generar ingresos. Es una herramienta muy sencilla de aplicar que nos servirá para poder desarrollar el modelo de negocio del parque acuático.

Figura 1. Plantilla para lienzo del modelo de negocio



Nota: Extraído de “Generación de Modelos de Negocio”, Osterwalder, A. & Pigneur, Y., (2011), p. 44.

2.1.3 Plan de Marketing

Es un documento que será elaborado anualmente, en el que se detallarán los objetivos a alcanzar en ese año, se analizará la situación de la empresa y el mercado, además se identificará y definirá los clientes conjuntamente con las actividades publicitarias a llevarse a cabo con sus respectivas metas a alcanzar con cada campaña emprendida, identificando de igual manera quienes serán los encargados de ejecutar las actividades o tareas programadas para el año, otro punto importante del Plan es el presupuesto que será destinado para cada actividad y para finalizar no puede faltar el respectivo plan de contingencia en caso de las acciones establecidas no funcionen como se lo espera.

La importancia de establecer un Plan de Marketing es que permite que la empresa se enfoque en el planteamiento de objetivos que puedan ser medibles, teniendo en cuenta que se debe tener claro quiénes son los clientes y cuáles son sus necesidades, de esta manera las actividades estarán empataadas de manera correcta entre los objetivos y los clientes, convirtiéndose en acciones coherentes entre ellas.

Si no se tiene un plan de marketing se tendrán actividades sueltas sin objetivos claros y sin posibilidades de ser medidos o de realizar cambios necesarios para mejorar.

2.2 Bases Teóricas. Discusión de enfoques

Al vivir en un mercado cambiante, tanto en necesidades como en preferencias, es nuestro objetivo ser capaces de adaptarnos y comprender esas necesidades para diferenciarnos de la competencia.

Al ofrecer un servicio diferente al que se encuentra en el mercado actual, lograremos obtener una ventaja sobre nuestra competencia.

La diferenciación ha sido una constante de todas las empresas, a través del tiempo, desde los inicios de la idealización de crear un producto diferenciado que permita cobrar más a un proveedor, permitiendo de esta manera la existencia de la competencia perfecta, donde no hay un jugador dominante (Chamberlin, E., 1933).

A lo largo del tiempo los directivos de las empresas tienen claro la necesidad imperiosa de diferenciarse de la competencia para evitar desaparecer del mercado que cada vez es más exigente y mucho más minucioso al momento de elegir un servicio.

Muchos autores han hablado de la importancia de diferenciarse de la competencia, así lo manifestó en la teoría de la Proposición Única de Ventas, en la que se habla de la urgencia que tienen las marcas de buscar un concepto único y diferente (Rosser, R., 1961). De igual manera se habló de que no existen los commodities ya que todos los productos y servicios son diferenciables (Levitt, T., 1980).

El concepto y la idea de diferenciación tanto para (Porter, M. 1980), (Kotler, P., 2007) y (Trout, J., 2000) manifiestan que al producirse la evolución de los mercados surge la necesidad de aumentar beneficios no tangibles en los productos o servicios para verse únicos en aspectos que se esperan cautiven o sean valorados por los compradores proponiendo la diferenciación como una actitud de vida o muerte.

La flexibilidad, los hábitos, gustos y preferencias del mercado han hecho que la diferenciación pase de ser algo que sea atribuible únicamente al producto sino también a abarcar más variables que harán que una marca o una determinada empresa o negocio resalten a la vista de los clientes.

Pese a que este tema es parte de cada plan o estrategia de marketing de las empresas, sigue siendo una actividad pendiente, nueva y constante para muchas organizaciones.

La diferenciación ocupa un importante lugar en las decisiones estratégicas de las empresas, permitiéndoles generar una posición única y exclusiva en el mercado, debido a que los consumidores comparan los servicios que ofrecen las empresas existentes en el mercado y escogen aquellos que se diferencian de manera positiva de los demás.

3. METODOLOGÍA

3.1 Unidad de análisis

La población a ser estudiada y la que permitirá obtener resultados importantes para el desarrollo de este proyecto, es decir, “La unidad de análisis indica quienes van a ser medidos, es decir, los participantes o casos a quienes en última instancia vamos a aplicar el instrumento de medición” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.183).

Para la presente investigación se definirá como unidad de análisis a 30.093 personas con discapacidad de la Provincia del Azuay, las cuales constan en el Registro Nacional de Discapacidad, elaborado por el Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades – CONADIS, con fecha de corte Julio, 2020.

Como ya se ha establecido la idea de investigación se procederá a definir la muestra para ello aplicaremos una fórmula estadística que nos permita determinarla.

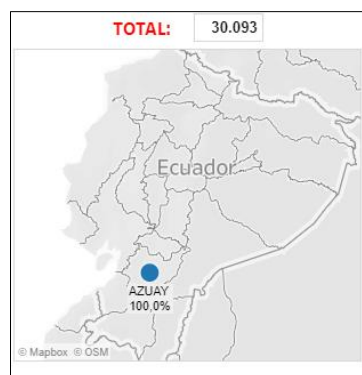
3.2 Población

La población total de personas con discapacidad a nivel nacional según cifras oficiales del CONADIS a julio de 2020, es de 481.392 personas, las mismas que serán divididas en dos grupos, beneficiarios directos e indirectos, las 30.093 personas con discapacidad de la provincia del Azuay serán consideradas los beneficiarios directos, y las 451.299 personas con discapacidad restantes a nivel nacional, serán los beneficiarios indirectos. De esta manera se podrá determinar la muestra respectiva y definir la población objeto de estudio del presente proyecto, se tomará como base a los beneficiarios directos, de donde partiremos para el desarrollo del análisis subsecuente.

Beneficiarios Directos

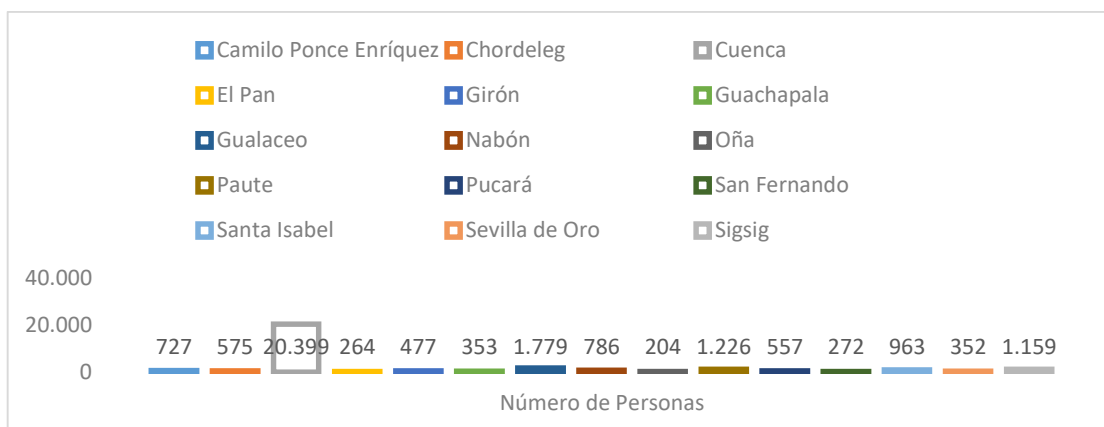
A través del Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades CONADIS, en la provincia del Azuay actualmente se han identificado a 30.093 personas con discapacidad a julio de 2020, las cuales para efecto del presente proyecto son considerados como Beneficiarios directos. Este grupo corresponde al 6.25% de la población del Azuay, en la siguiente información se puede apreciar mayores detalles acerca de estos beneficiarios.

Figura 2. Personas con discapacidad - Azuay



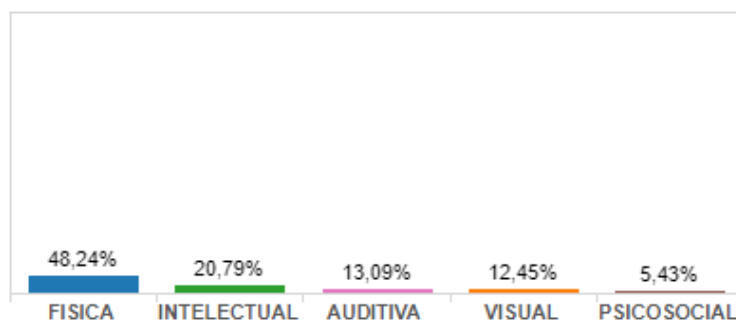
Nota: Extraído de “Total de Personas con Discapacidad Registradas en el Registro Nacional de Discapacidad”, por CONADIS = Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades – (2020). *MSP = Ministerio de Salud Pública.*

Figura 3. Distribución Geográfica de las Personas con discapacidad en el Azuay.



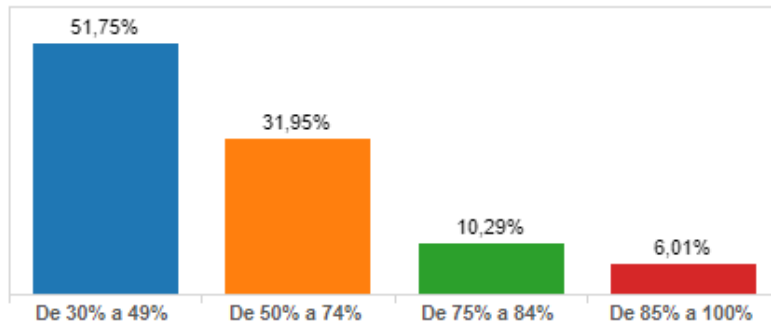
Nota: Elaborado por el Autor. *Fuente:* Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades – (2020). *MSP = Ministerio de Salud Pública.*

Figura 4. Tipos de discapacidad - Azuay



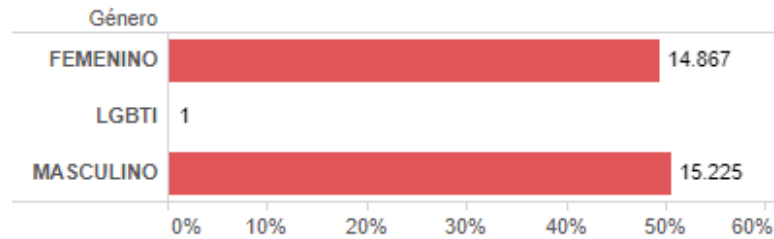
Nota: Extraído de “Total de Personas con Discapacidad Registradas en el Registro Nacional de Discapacidad”, por CONADIS = Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades – (2020). *MSP = Ministerio de Salud Pública.*

Figura 5. Grado de discapacidad - Azuay



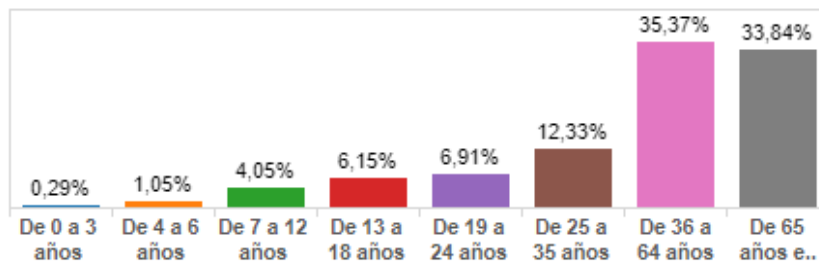
Nota: Extraído de “Total de Personas con Discapacidad Registradas en el Registro Nacional de Discapacidad”, por CONADIS = Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades – (2020). *MSP = Ministerio de Salud Pública.*

Figura 6. Género - Azuay



Nota: Extraído de “Total de Personas con Discapacidad Registradas en el Registro Nacional de Discapacidad”, por CONADIS = Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades – (2020). *MSP = Ministerio de Salud Pública.*

Figura 7. Grupos Etarios - Azuay

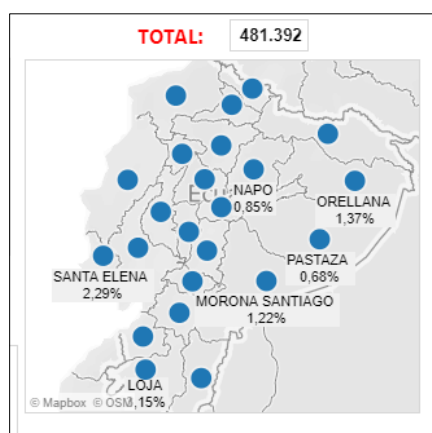


Nota: Extraído de “Total de Personas con Discapacidad Registradas en el Registro Nacional de Discapacidad”, por CONADIS = Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades – (2020). MSP = Ministerio de Salud Pública.

Beneficiario Indirectos

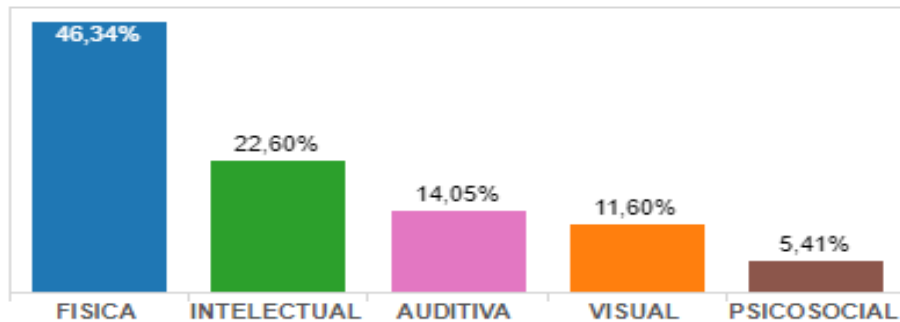
De acuerdo con el Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades CONADIS, en nivel país se han identificado a 481.392 personas con discapacidad al mes de julio de 2020, las cuales dentro del presente proyecto constituyen a los Beneficiarios indirectos. Este grupo corresponde al 2.74% de la población nacional, a continuación, en la siguiente información se puede apreciar mayores detalles acerca de estos beneficiarios.

Figura 8. Personas con discapacidad - Nacional



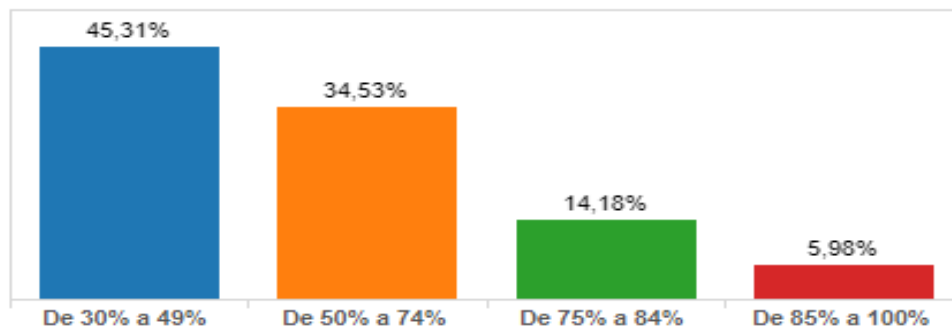
Nota: Extraído de “Total de Personas con Discapacidad Registradas en el Registro Nacional de Discapacidad”, por CONADIS = Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades – (2020). MSP = Ministerio de Salud Pública.

Figura 9. Tipos de discapacidad - Nacional



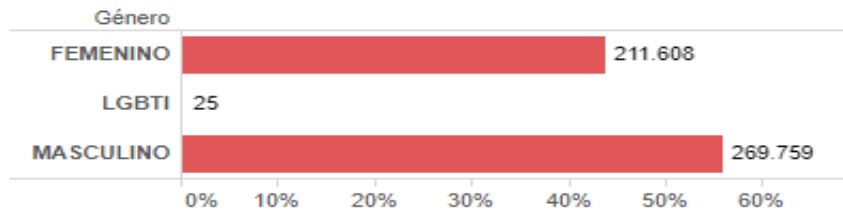
Nota: Extraído de “Total de Personas con Discapacidad Registradas en el Registro Nacional de Discapacidad”, por CONADIS = Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades – (2020). MSP = Ministerio de Salud Pública.

Figura 10. Grado de discapacidad - Nacional



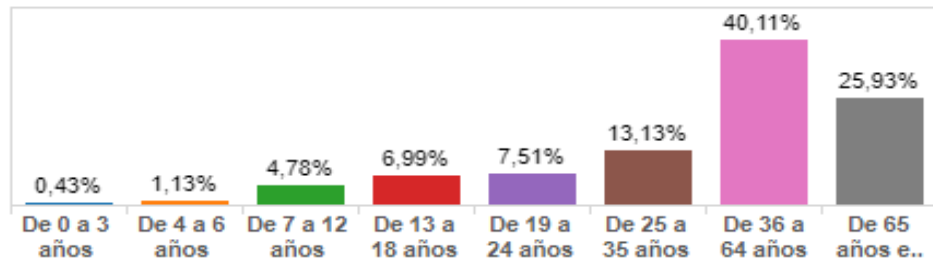
Nota: Extraído de “Total de Personas con Discapacidad Registradas en el Registro Nacional de Discapacidad”, por CONADIS = Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades – (2020). MSP = Ministerio de Salud Pública.

Figura 11. Género - Nacional



Nota: Extraído de “Total de Personas con Discapacidad Registradas en el Registro Nacional de Discapacidad”, por CONADIS = Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades – (2020). *MSP* = *Ministerio de Salud Pública*.

Figura 12. Rangos de edad - Nacional



Nota: Extraído de “Total de Personas con Discapacidad Registradas en el Registro Nacional de Discapacidad”, por CONADIS = Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades – (2020). *MSP* = *Ministerio de Salud Pública*.

3.3 Tamaño de muestra

La población total de la cual se va a estimar el tamaño de la muestra es el número de personas con discapacidad registradas en el CONADIS, es decir, las 30.093 personas. “La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.173).

3.4 Selección de la muestra

En este caso, proponemos y creemos adecuada una muestra no probabilística, debido a que tratamos de realizar un estudio exploratorio con un enfoque primordialmente cualitativo, con la finalidad de documentar las percepciones y experiencias, ya que es complicado tener acceso a los participantes de toda la muestra.

Ya que se tiene una población finita, se aplicará la fórmula de muestreo aleatorio simple porque se conoce el total de las personas objetos de estudio.

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

n = valor de la muestra a obtener

N = tamaño de la población total

Z = distribución normal: 1,96

P = proporción de aceptación de la propuesta (0,50)

Q = proporción de rechazo (0,50)

E = porcentaje deseado de error (0,05)

Al reemplazar los valores se obtiene lo siguiente:

N = 30.093 personas

Z = 1,4

$$P= 0,50$$

$$Q= 0,50$$

$$E= 0,05$$

$$n = \frac{30.093 * 1,4^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2 * (30.093 - 1) + 1,4^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 194,738114$$

$$n = 195 \text{ encuestas}$$

3.5 Métodos a emplear.

Para realizar este proyecto de desarrollo se emplearán las siguientes metodologías, por sus diferentes aportes para su implementación.

Cuantitativa: esta metodología presenta datos válidos, cuantificables y medibles, aplicando la estadística para analizar los mismos.

Cualitativa: el objetivo es describir un fenómeno de estudio, con la cual se logra conocer hechos, aspectos culturales, y características que ayudan al diagnóstico de la situación actual.

Con la aplicación del método científico se podrá conocer todo lo concerniente a la discapacidad y la situación real de la problemática inclusiva, la técnica que se ha utilizado es la recopilación documental y encuestas on-line.

El método sintético usado a la par del método científico para lograr una síntesis de toda la información obtenida en el estudio.

Además, se emplea el método deductivo para obtener las conclusiones respectivas de toda la información obtenida con la investigación; y un método inductivo que será utilizado para obtener conclusiones de todas las puestas en marcha de negocios similares existentes.

3.6 Identificación de las necesidades de información. Fuentes primarias o secundarias

Como manifiesta Bernal (2010) los datos o la información que va a ser recolectada será el medio que logre responder las preguntas de la investigación y permitan alcanzar los objetivos del proyecto, para ello es necesario que los datos sean confiables, pertinentes y suficientes, mediante la definición de las fuentes adecuadas para su recolección.

Fuentes primarias

Las fuentes primarias, son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información. Es también conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos. Estas fuentes son las personas, las organizaciones, los acontecimientos, el ambiente natural, etcétera. (Bernal, 2010, p.191)

Así mismo, existe otro tipo de fuente de información, que será utilizado de igual manera para la obtención de información pertinente.

Fuentes secundarias

Fuentes secundarias son aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, sino que sólo lo referencias. Las principales fuentes secundarias para la obtención de información son los libros, las revistas, los documentos escritos (en general, todo medio impreso), los documentales, los noticieros y los medios de información. (Bernal, 2010, p.192)

3.7 Técnicas de recolección de datos.

La investigación de este proyecto es de tipo cualitativo, y para ello utilizaremos instrumentos o técnicas que están basadas en los objetivos del proyecto que se propone realizar. La técnica que se aplicará será encuestas.

Debido a que reconocemos que no existen métodos o técnicas completamente autosuficientes para la comprensión y el análisis de la realidad de las personas objeto de estudio, se reconoce la necesidad de la complementariedad de métodos y técnicas.

Para las encuestas a realizar nos basaremos en los objetivos planteados para el proyecto de desarrollo, el modelo de la encuesta se encuentra como documento anexo.

Con estas encuestas, se espera obtener información pertinente y concisa que ayude a la consecución de los objetivos, las cuales serán realizadas a través de internet mediante la ayuda de plataformas virtuales, que permitan llevar a cabo la encuesta de manera personal – directa con el apoyo tecnológico de la información y las comunicaciones, mediante WhatsApp y correo electrónico.

3.8 Herramientas utilizadas para el análisis e interpretación de la información.

La herramienta para la tabulación de datos será mediante Microsoft Excel, con el cual se podrá realizar tablas, gráficas y cuadros, que nos permitirán comunicar los resultados obtenidos con la investigación.

Para la realización de las 195 encuestas, se contó con una base de datos que nos facilitó uno de los

¹Audidores de Discapacidades de Coordinación Zonal 6 del Ministerio de Salud Pública, de la cual

¹ Por disposición institucional, se prohíbe la publicación de nombres de Funcionarios Públicos, sin autorización de la Dirección Nacional de Discapacidades.

de manera aleatoria escogimos las personas para la realización de las encuestas, una vez definido el listado pudimos contactarnos mediante correo electrónico y llamadas telefónicas, cabe recalcar que se logró completar 195 encuestas, como se definió con la fórmula descrita en el numeral 3.4 *Selección de la muestra*, del presente proyecto, pero se llegaron a realizar 279 encuestas en total, de las cuales, 84 fueron negadas, ya que hubieron personas contactadas que no quisieron dar información alguna, ni formar parte de este proceso de investigación, al igual que hubieron correos electrónicos de los cuales no obtuvimos respuesta, 195 encuestas culminadas, en su mayoría fueron llenadas mediante llamada telefónica, se realizó de esta manera debido a que las mismas fueron realizadas durante la pandemia, cabe aclarar que la información recibida fue manejada con total discreción, y se mantendrá en el anonimato los datos personales por lo que sólo se reflejan a continuación los resultados obtenidos.

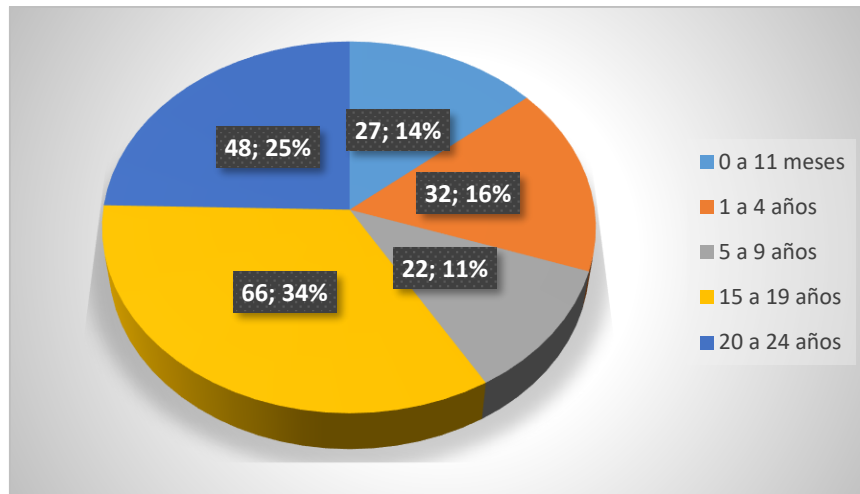
Con las encuestas realizadas se procedió a la tabulación respectiva con las que se obtuvieron los siguientes datos:

Tabla 1. Edad de la persona con discapacidad

Rango	Cantidad
0 a 11 meses	27 personas
1 a 4 años	32 personas
5 a 9 años	22 personas
15 a 19 años	66 personas
20 a 24 años	48 personas

Nota: Elaborado por el Autor.

Figura 13. Edad de la persona con discapacidad



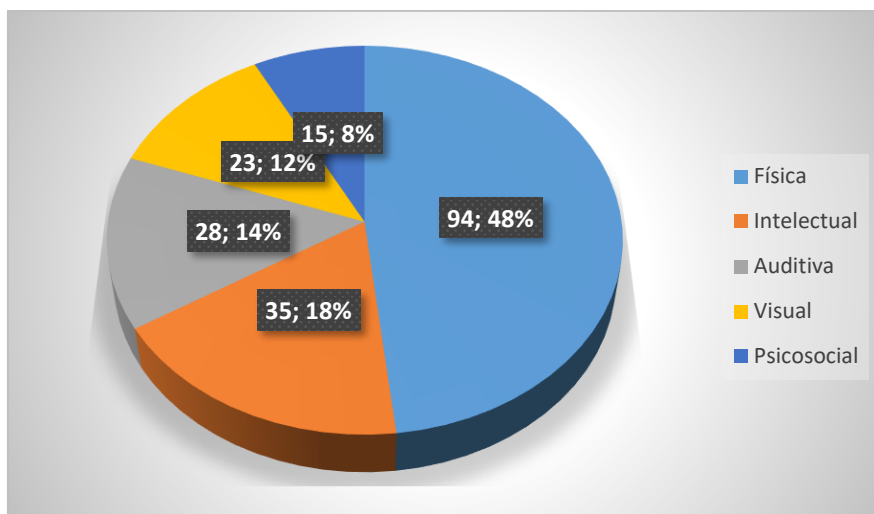
Nota: Elaborado por el Autor.

Tabla 2. Tipo de Discapacidad

	Cantidad
Física	94 personas
Intelectual	35 personas
Auditiva	28 personas
Visual	23 personas
Psicosocial	15 personas

Nota: Elaborado por el Autor.

Figura 14. Tipo de Discapacidad



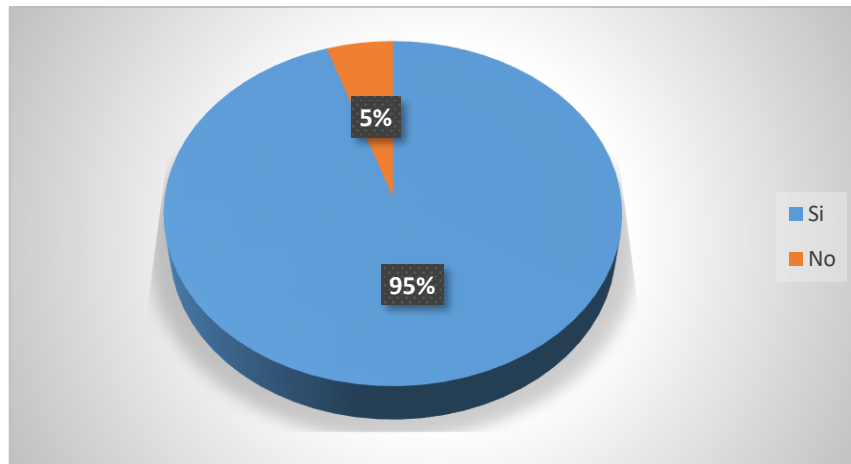
Nota: Elaborado por el Autor.

Tabla 3. Existencia de un espacio inclusivo recreativo

Opciones	Cantidad
SI	185 personas
NO	10 personas

Nota: Elaborado por el Autor.

Figura 15. Existencia de un espacio inclusivo recreativo



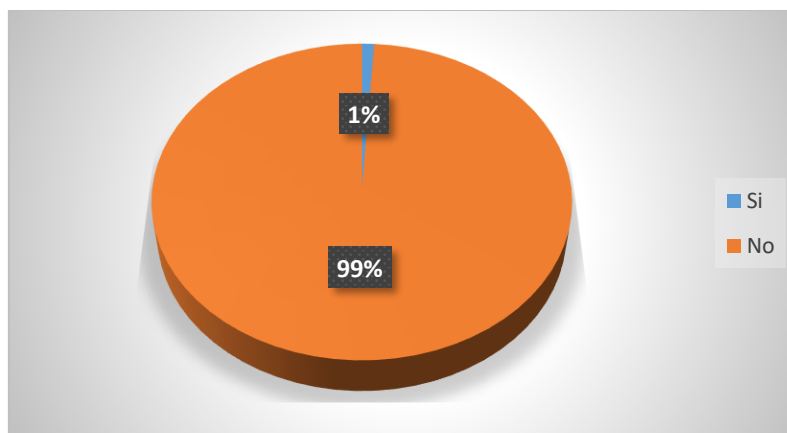
Nota: Elaborado por el Autor.

Tabla 4. Existe de un parque acuático inclusivo

Opción	Personas
SI	2 personas
NO	194 personas

Nota: Elaborado por el Autor.

Figura 16. Existencia de Parque Acuático Inclusivo



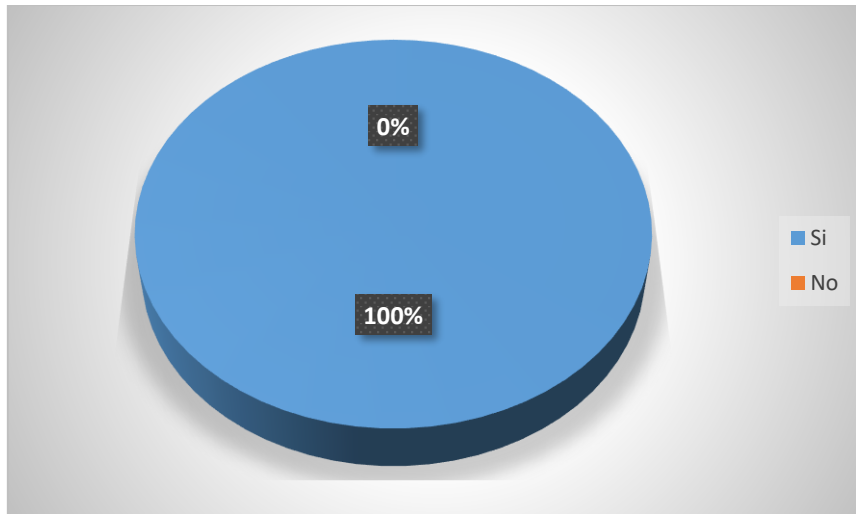
Nota: Elaborado por el Autor.

Tabla 5. Conocimiento del territorio

Opción	Cantidad
SI	195 personas
NO	0 personas

Nota: Elaborado por el Autor.

Figura 17. Conocimiento del territorio



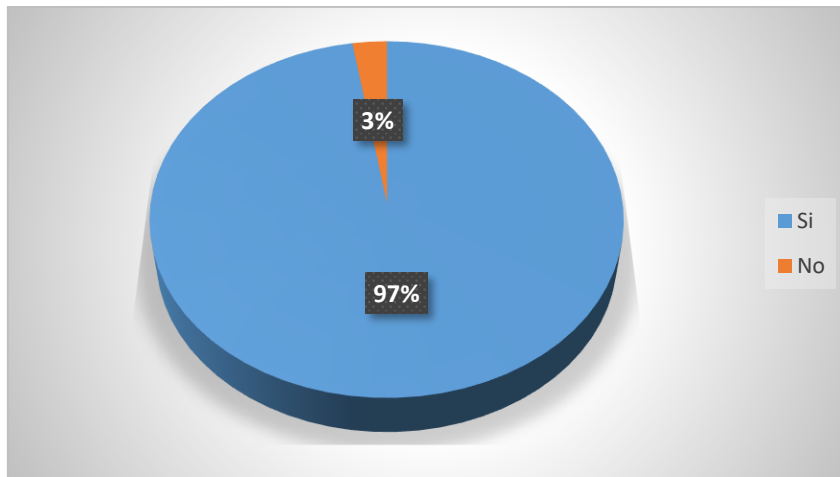
Nota: Elaborado por el Autor.

Tabla 6. Aceptación de la creación del proyecto

Opciones	Cantidad
SI	190 personas
NO	5 personas

Nota: Elaborado por el Autor.

Figura 18. Aceptación del proyecto



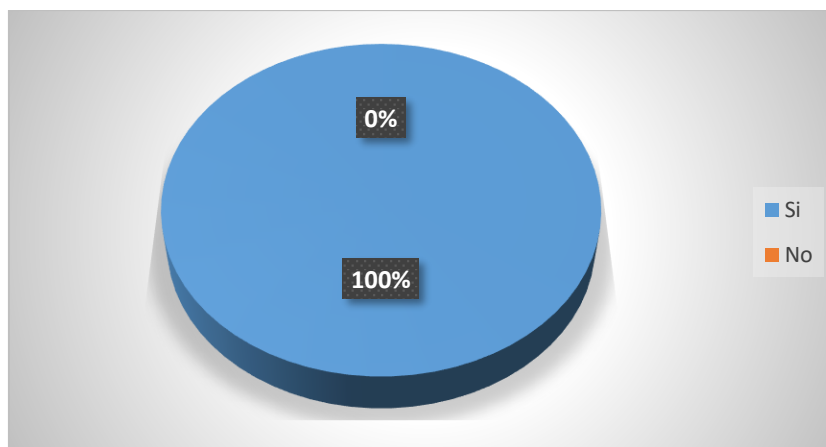
Nota: Elaborado por el Autor.

Tabla 7. Deseo de asistir al proyecto

Opciones	Cantidad
SI	195 personas
NO	0 personas

Nota: Elaborado por el Autor.

Figura 19. Deseo de asistir al proyecto



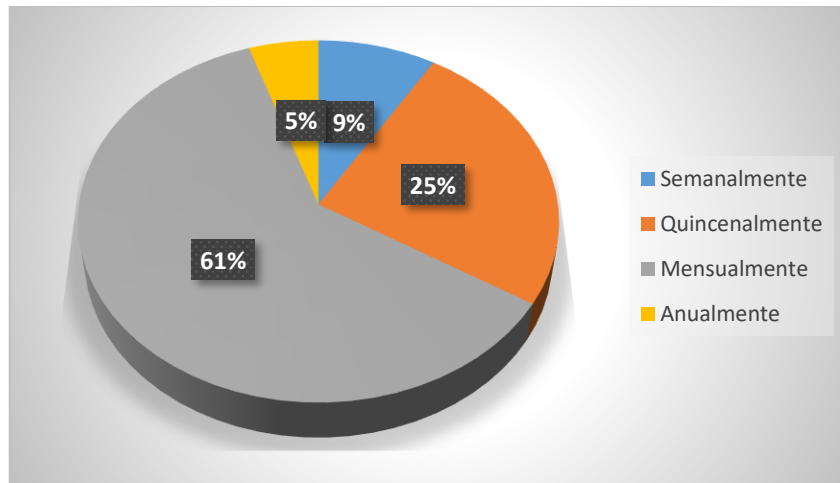
Nota: Elaborado por el Autor.

Tabla 8. Frecuencia de Asistencia al Proyecto

Opciones	Cantidad
Semanalmente	17 personas
Quincenalmente	49 personas
Mensualmente	119 personas
Anualmente	10 personas

Nota: Elaborado por el Autor.

Figura 20. Frecuencia de Asistencia al Proyecto



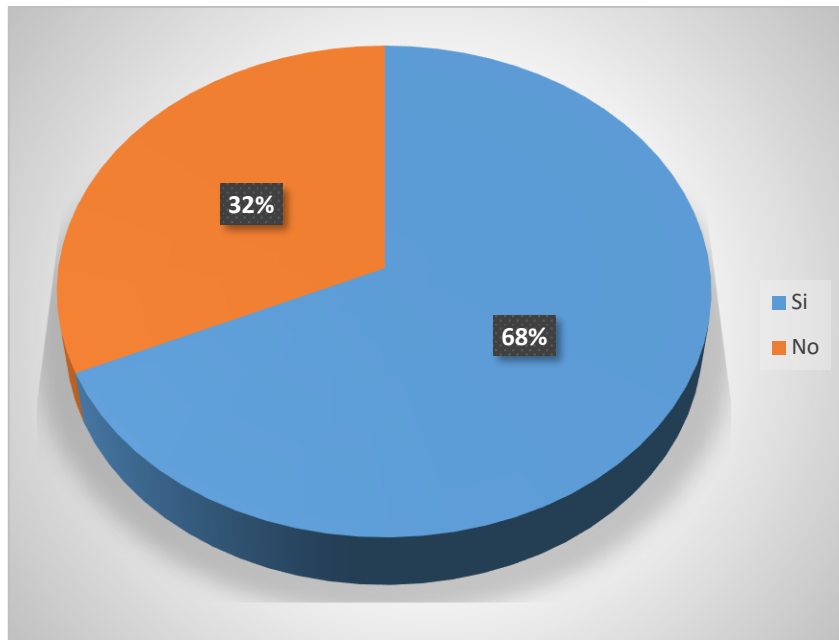
Nota: Elaborado por el Autor.

Tabla 9. Posee vehículo para trasladarse.

Opciones	Cantidad
Si	133
No	62

Nota: Elaboración propia del autor.

Figura 21. Posee vehículo para trasladarse.



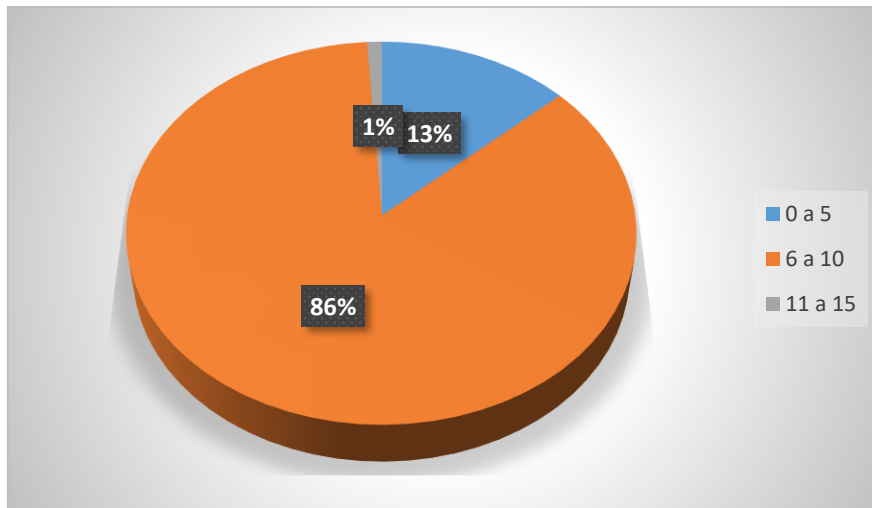
Nota: Elaborado por el Autor.

Tabla 10. Puntaje Ficha Socioeconómica

Puntaje	Cantidad
0 a 5	26
6 a 10	167
11 a 15	2

Nota: Elaboración propia del autor.

Figura 22. Puntaje Ficha Socioeconómica



Nota: Elaborado por el Autor.

Dentro del proceso de calificación de discapacidades, el Ministerio de Salud Pública, conforma equipos Especializados de Calificadores, mismos que los componen: Médico, Psicólogo y Trabajador Social. En el área de trabajo social se evalúa la condición socioeconómica de la persona con discapacidad que solicita el carnet (formulario 038), los puntajes que se obtienen en esta ficha pueden ir dentro de los siguientes rangos:

0 a 5 = Profesional con sueldo estable, buenas relaciones familiares no existen barreras y posee accesos en su vivienda, estabilidad socioeconómica y capacidad adquisitiva.

6 a 10 = Educación media, ingresos económicos estables, buenas relaciones familiares, vivienda con un nivel bajo de dificultad para el acceso.

11 a 15 = pobreza, niveles económicos escasos, vivienda con dificultad de acceso grave, candidatos a recibir bonos sociales del Estado.

De acuerdo a las encuestas realizadas, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes, existe un porcentaje mayor de personas con discapacidad de tipo física, los cuales representan el 94% de la muestra, seguidas del 35% equivalente a personas con discapacidad de tipo intelectual.

El 95% de la muestra encuestada reconoce la existencia de un parque inclusivo en la provincia del Azuay, concretamente en el Cantón Cuenca refiriéndose en específico al Parque Inclusivo existente en esta ciudad, se evidencia de igual manera un porcentaje del 99% que representan a las personas que ratifican que no existe un parque acuático inclusivo en la provincia del Azuay, el 100% de las personas encuestadas reconocen el sector del Valle de Yunguilla, sector propuesto para la implantación del Proyecto. La muestra nos da un 97% de aceptación de la creación del proyecto por parte del mercado y el 100% de las personas confirman su deseo de asistir a un espacio acuático inclusivo de manera mensual con un 61% y un 25% con el deseo de asistir quincenalmente al lugar, como se puede apreciar el 86% de los encuestados se encuentran dentro del rango 6 a 10 de la valoración de su situación socioeconómica, lo cual nos indica que poseen una estabilidad económica e ingresos que les permiten vacacionar en el Parque Acuático, además pudimos conocer que el 68% de los encuestados posee un vehículo para su movilización y traslado.

3.9 Procedimientos y técnicas empleadas para el desarrollo del nuevo producto.

Para desarrollar nuestra propuesta, hemos analizado aspectos básicos que se toman en cuenta para poder diseñar el nuevo servicio dentro del modelo de negocio y dar forma al proyecto.

Para empezar, se generó una idea, la que nace cuando se identifica el problema, esto se logró a través de un análisis minucioso de lo que el cliente necesita, al descubrir esas necesidades se puede desarrollar la nueva propuesta.

Una vez identificada la idea que cubre la necesidad del cliente, se procede con el siguiente paso, el que consiste en realizar el análisis del nuevo servicio que se propone, para poder valorar si la idea tendrá éxito o aceptación se realiza la prueba de mercado en la que estudiamos el nivel de aceptación por parte de los clientes a quienes va dirigida la propuesta. Luego realizaremos los estudios financieros necesarios para establecer los costos de su creación y su comercialización.

Estas pruebas nos ayudan a valorar la idea, las cuales forman parte del proceso de toma de decisiones, si la idea no logra pasar de esta fase, no podrá avanzar a la siguiente.

Luego desarrollaremos el prototipo de diseño de la propuesta que se plantea con el presente proyecto, en donde consideraremos dos factores fundamentales, estos son costo y calidad.

Una vez que hayamos definido las ideas para el prototipo, empieza la fase de creación del mismo, aquí se diseñará el proyecto con la ayuda técnica de un arquitecto, aquí se plasmarán todas las ideas para generar este proyecto nuevo. Se procederá con el diseño del prototipo definitivo, donde se tendrá en cuenta todas las observaciones y detalles para que la propuesta final sea lo más acertada posible, evitando de esta manera errores y acreditación de recursos inadecuados.

4. RESULTADOS

4.1 Factor de diferenciación del Parque Acuático Inclusivo.

El factor de diferenciación es sin duda el crear un espacio accesible, esta es la principal característica del parque acuático, el mismo que está dirigido a todo el público sin excepción, ni discriminación de ningún tipo, adaptado también para quienes poseen algún tipo de discapacidad, dando cumplimiento al primer objetivo de esta investigación, enunciado en el punto 1.5.2 del presente documento.

En el Valle de Yunguilla, el turismo es una variable importante para el desarrollo económico, por lo que creemos que, con la creación de este espacio atractivo y más accesible, a más de ayudar a la diversificación existente, acogerá un mayor número de visitantes, con esto se está cubriendo un nicho de mercado que no ha sido tomado en cuenta y que indudablemente atraerá más turistas, lo que generará más fuentes de trabajo dinamizando de esta manera la economía del sector.

Para desarrollar una efectiva y exitosa diferenciación tendremos que cumplir criterios básicos, en primer lugar, que sea valorado por los clientes, ya que por el hecho de ser diferentes no significa que el mercado nos preferirá, parte de brindar un servicio diferencial es entregar algo importante y deseado por y para ellos logrando que nos escojan en lugar de elegir a la competencia. Luego debemos enfocarnos en que nuestro servicio con valor agregado sea específico, concreto y fácil de comunicar, así los clientes podrán reconocer, apreciar y atribuir el servicio a nuestra empresa. Por último, ser considerados únicos en la percepción del mercado, ya que no sirve de nada tener el factor diferenciador sino se lo comunica.

La necesidad de diferenciación es primordial, es por ello que se debe tener claro el por qué hacerlo para que los esfuerzos y los recursos invertidos sean exitosos y brinden a la empresa rentabilidad esperada. Al hacer sólida la diferenciación, lograremos incrementar la percepción de los clientes, es decir crearemos valor a con el fin de que podamos afectar su decisión al momento de compra.

4.2 Resultados del estudio de mercado

En el mercado internacional tenemos tres referentes muy importantes, los cuales manejan y han implementado equipos para atender también a personas con discapacidad, en Estados Unidos, en San Antonio de Texas, se encuentra Morgan's Inspiration Island, el cual fue constituido en el año 2017. Otra idea de negocio enfocada en la creación de espacios para niños con discapacidad es

“Pinpacpur”- Parques Infantiles Accesibles Urbanos, creada en el año 2013 para “desarrollar soluciones integrales de accesibilidad que permiten solventar barreras para la discapacidad” (Mejorada, L., Segovia, J., Cerezo, E. & Fernández, D., 2013). Pinpacpur es una ONG que se encarga de crear atracciones inclusivas y que pueden ser implantadas en todos los espacios de recreación infantil incluso en los ya existentes. ISABA, es una empresa española, que se dedica a fabricar parques acuáticos con responsabilidad social, compromiso con el medio ambiente y con el afán de interiorizar la cultura y las necesidades de cada cliente y plasmarlos en cada proyecto. ISABA está presente en el mercado desde el año 2016, brindando espacios donde el juego es considerada la mejor vía de aprendizaje y la seguridad un eje principal en su trabajo.

En la actualidad en la Provincia del Azuay existen dos parques acuáticos, el primero está ubicado en el Cantón Gualaceo, su nombre es “Planetazul”, abierto al público desde el año 2014, el segundo, es Parque Acuático Guachapala construido por el Municipio de ese Cantón, el cual fue inaugurado en octubre de 2015; los dos parques acuáticos de la Provincia tienen los espacios y áreas de recreación comunes, pero sus instalaciones no están equipadas para permitir que personas con discapacidad puedan también disfrutar y divertirse con las atracciones y el momento de ocio.

Figura 23 Parque Acuático Planeta Azul - Gualaceo



Nota: Parque Acuático Planeta Azul. Instalaciones. (2016)

Figura 24. Parque Acuático Guachapala



Nota: Pablo Guillermo. Municipio mejora los servicios y espacios del parque acuático Guachapala. (2017).

En la actualidad, en el cantón Cuenca existe un parque totalmente inclusivo, el cual fue creado en el año 2013, noticia que se dio a conocer a través del Diario El Telégrafo, donde informan que el espacio está creado para que niños, niñas y adolescentes con y sin discapacidad puedan conocer, aprender y aceptar las diferencias, brindando un entorno más amigable, inclusivo y solidario, marcando así un importante hito para la ciudad y aportando significativamente a la restitución de derechos de todas las personas con discapacidad (Diario El Telégrafo, 2013).

Figura 25. Parque Inclusivo de Cuenca



Nota: Mercedes Bermeo (2014). Parque Inclusivo lugar de diversión para los infantiles de nuestros hogares.

En conclusión, hay pocas alternativas para la diversión y el ocio con los elementos agua e inclusión fusionados en un solo espacio, tanto en la provincia del Azuay como en el Cantón Cuenca, debido a que este es un nicho inexplorado y el tema inclusión ha venido siendo incorporado en la última década, y es por eso que vemos la oportunidad de negocio en esta unión, para abarcar también este target y permitir presentar un nuevo concepto al mercado sobre inclusión y diversión, además de diferenciarnos de la competencia, tanto pública como privada.

4.3 Prototipo del Parque Acuático Inclusivo

4.3.1 Estructura Organizacional

Para el desarrollo del prototipo del parque acuático inclusivo, empezaremos definiendo los lineamientos básicos para su concepción, es decir estableceremos su filosofía, es decir, su misión, visión, valores y políticas empresariales, que ayudarán a definir los planes estratégicos a corto, mediano y largo plazo, para su crecimiento sostenido y sustentable, asegurando de esta manera su posicionamiento efectivo y eficaz en el mercado, siendo un referente de inclusión con calidad humana.

Logotipo

Al ser el logotipo la señal de identidad de nuestra empresa, este está diseñado para que todos quienes lo vean no tengan dificultad para identificarnos, porque lo que buscamos fundamentalmente es que los clientes reconozcan el parque con solo ver el logo.

Por ello se ha creado esta propuesta de Logotipo que a continuación presentamos:

Figura 26. Propuesta de Logotipo para el Parque Acuático Inclusivo



Nota: Diseño realizado por Ing. Christian Auquilla Ortega., Julio, (2019).

Quienes somos

Un grupo de visionarios y colaboradores que le apuestan a la diversión inclusiva, sana, accesible y que promueven un entorno amigable y seguro para todos sin discriminación alguna.

Visión

Ser una organización referente de la diversión y entretenimiento inclusivo, donde familias, amigos y colaboradores disfruten del juego, sin discriminación alguna, motivando a todos a sentir mutua empatía.

Misión

Brindar a todas las personas un espacio seguro, limpio, hermoso y libre de barreras arquitectónicas, donde todos puedan disfrutar de un amplio espacio para el sano entretenimiento, contribuyendo a la inclusión e interacción social responsable.

Valores

- Respeto: reconocer sentimientos, gustos e intereses mutuos, tanto de los actores internos como externos, base de las relaciones sociales.
- Compromiso: con los clientes, con la empresa y con el medio ambiente.
- Empatía: calidad humana y trato digno para cada uno de los visitantes, anticiparnos a los sentimientos y sensaciones, para que los visitantes sepan lo importante que son para nosotros.
- Eco-responsabilidad: es nuestro deber proteger y mantener el medio ambiente para nuestro beneficio y de toda la comunidad, implementando sistemas de calidad de aguas, y sensores que se activen con el movimiento, así se prevé un ahorro de agua.
- Originalidad: cada día trabajaremos por ser diferentes, tanto en el servicio que brindemos como en el trato a nuestros clientes, siempre motivados a ser los mejores.

Políticas:

Al ser el Parque acuático un lugar de distracción familiar, creado también para las personas con necesidades especiales, se establecen las siguientes políticas:

- Garantizar el libre acceso de las personas con discapacidad a todas las instalaciones mediante herramientas y diseños aptos para su participación.

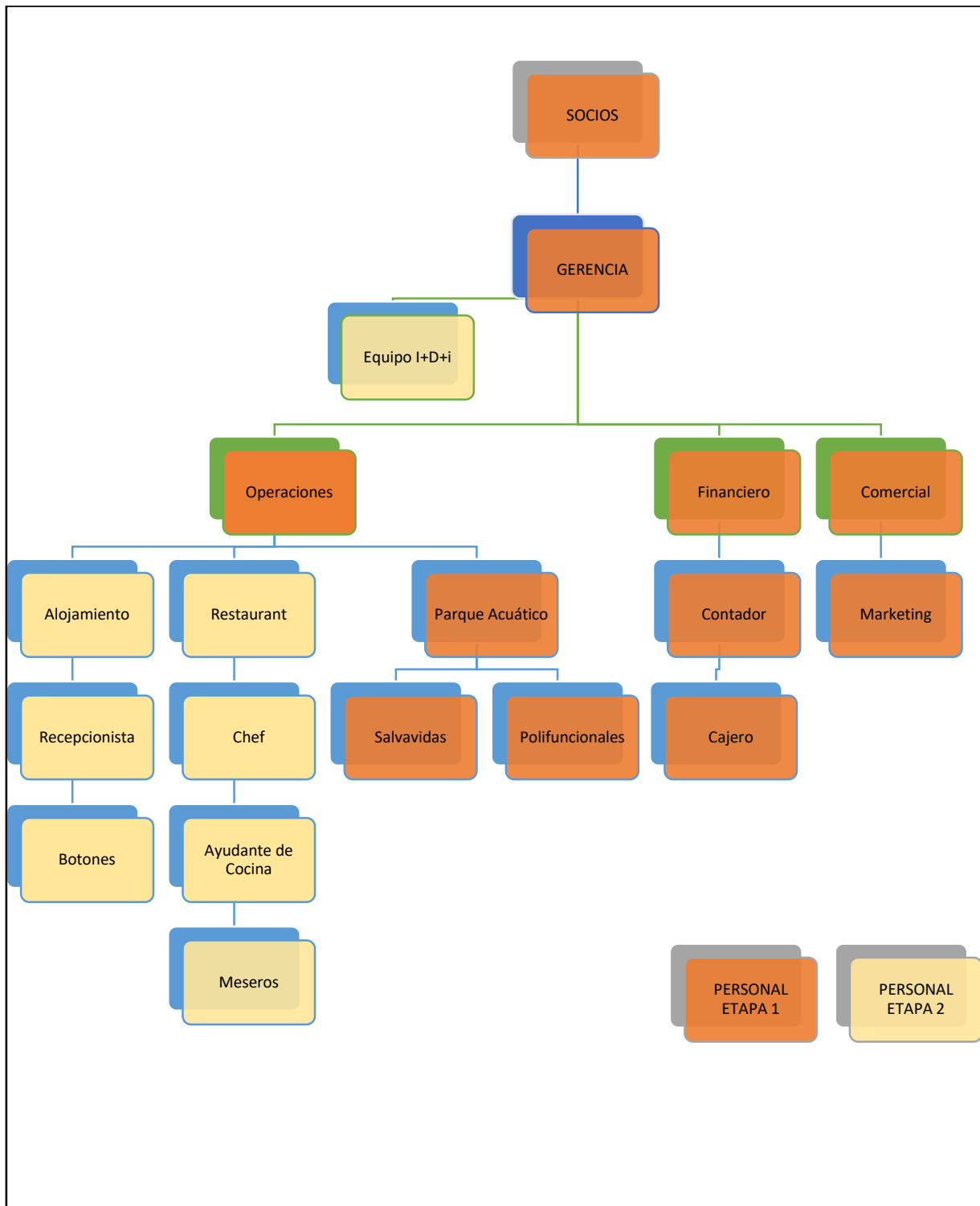
- Promover el derecho de las personas con discapacidad a disfrutar de entornos recreativos, en un ambiente sin discriminación y/o violencia, donde haya respeto, un trato digno y valoración del ser humano.
- Contribuir al desarrollo de capacidades motoras y sensoriales, mediante elementos lúdicos que permitan su inclusión.

De igual manera esperamos que todos los visitantes actúen de forma apropiada, por lo que no se aceptará un comportamiento, rebelde, perturbador u ofensivo, y se procederá a la expulsión de las instalaciones del parque sin derecho a reembolso alguno, en caso de actuar de manera que afecte la sana convivencia y diversión.

Organigrama

El organigrama propuesto representará de forma clara y simple la estructura del Parque Acuático, “Muestra las principales funciones que se desarrollan dentro de la entidad y las relaciones que hay entre ellos. En estos diagramas los cuadros representan cada uno de los puestos que hay dentro de la estructura organizacional y las líneas de comunicación que las une” (García, 2017).

Figura 27. Organigrama del Parque Acuático Inclusivo



Nota: Elaboración del Autor

Recurso Humano

Debido a que el Parque Acuático Inclusivo se construirá en dos etapas, se detalla a continuación el recurso humano que laborará una vez que empiece el funcionamiento de la Etapa 1, con sus respectivos pagos correspondientes a su remuneración, para garantizar que la fuerza laboral sea proveniente del sector, se realizará la respectiva convocatoria del recurso humano necesario, y para ello se dará prioridad a los postulantes provenientes del entorno en donde se construirá el Parque Acuático Inclusivo, cumpliendo con el proceso respectivo para su contratación.

Tabla 11. Rol de pagos del personal del Parque Acuático Inclusivo

Cargo	Cant.	Salario Básico	Total x Cargo	Fondo Reserv	Total Ingresos	IESS Person.	Total a Pagar	Pago Anual
Gerente General	1	1.000,00	1.000,00	83,30	1.083,30	94,50	988,80	11.865,60
Contador	1	800,00	800,00	66,64	866,64	75,60	791,04	9.492,48
Cajero	1	500,00	500,00	41,65	541,65	47,25	494,40	5.932,80
Marketing	1	600,00	600,00	49,98	649,98	56,70	593,28	7.119,36
Salvavidas	2	500,00	1.000,00	83,30	1.083,30	94,50	988,80	11.865,60
Polifuncional	2	400,00	800,00	66,64	866,64	75,60	791,04	9.492,48
TOTAL	8	3.800,00	4.700,00	391,51	5.091,51	444,15	4.647,36	55.768,32

Nota: Elaboración del Autor

Tabla 12. Rol de provisiones del personal del Parque Acuático Inclusivo

Cargo	Cant	Salario Básico	Total x Cargo	XII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	IESS Patronal	Total a Pagar	Pago Anual
Gerente General	1,00	1.000,00	1.000,00	83,30	33,33	41,67	121,50	279,80	3.357,60
Contador	1,00	800,00	800,00	66,64	33,33	33,33	97,20	230,51	2.766,08
Cajero	1,00	500,00	500,00	41,65	33,33	20,83	60,75	156,57	1.878,80
Marketing	1,00	600,00	600,00	49,98	33,33	25,00	72,90	181,21	2.174,56
Salvavidas	2,00	500,00	1.000,00	83,30	33,33	41,67	121,50	279,80	3.357,60
Polifuncional	2,00	400,00	800,00	66,64	33,33	33,33	97,20	230,51	2.766,08
TOTAL			4.700,00	391,51	200,00	195,83	571,05	1.358,39	16.300,72

Nota: Elaboración del Autor

Funciones del Personal

Gerente General:

- Organizar, planificar, dirigir y controlar los recursos económicos, humanos y tecnológicos para alcanzar el máximo beneficio para el parque acuático en función de los objetivos.
- Convocar a dos reuniones durante el mes, cada quince días, para recibir informes de sus coworkers y analizarlos para evaluar logros, causas de posibles desviaciones y sus respectivas soluciones.
- Cumplir y hacer cumplir los objetivos y políticas de la empresa.

Contador:

- Será la persona encargada del Departamento Financiero y el responsable conjuntamente con el Gerente, del manejo de los fondos económicos de la empresa.
- Desarrollar el Balance General y Estado de Resultados para la toma de decisiones.
- Solventar los requerimientos de información financiera tanto para su entorno inmediato interno como para entidades externas, que así lo requieran.
- Controlar y manejar las cuentas contables y la información financiera requerida para la formulación de Estados Financieros.

Cajero:

- Demostrar amabilidad y buen trato, ya que será la persona que estará en contacto directo con los clientes.
- Brindar toda la información que los turistas requieran, manteniendo siempre respeto y amabilidad en su comportamiento.

- Registrar los egresos de caja en los documentos que la empresa disponga para dicha actividad.
- Facturar y realizar el cobro de los valores recaudados en el parque acuático.
- Entregar todos los comprobantes de ingreso y egreso de valores, de manera organizada al Contador cuando lo solicite.
- Realizar el cuadro de caja al finalizar la jornada.

Marketing:

- Programar campañas publicitarias para incrementar la demanda.
- Desarrollar contenido para promocionar el parque acuático inclusivo a través de los diferentes medios de comunicación tanto tecnológicas como convencionales.
- Llevar a cabo el plan de marketing programado para la consecución de los objetivos planteados.
- Gestionar el presupuesto necesario para lograr los objetivos establecidos mediante la eficiencia y el óptimo aprovechamiento de los recursos.

Salvavidas:

- Monitorear las áreas donde se encuentren los elementos acuáticos de diversión, al igual que las piscinas y toboganes.
- Supervisar las actividades que realicen los visitantes en los espacios destinados para los juegos en agua, de manera que cumplan con las medidas de seguridad establecidas.
- Permanecer en alerta ante posibles situaciones de riesgo que se puedan presentar, así como también de los visitantes que incumplan con las políticas del parque acuático.

- Entregar las sillas de ruedas impermeables para los visitantes que lo necesiten y enseñarles el correcto uso para evitar accidentes o lesiones.

Polifuncional 1 y 2:

- Encargado de la venta de souvenirs, accesorios de baño, para el cuidado personal, alimentos y bebidas en la garita.
- Ser el encargado de mantener la limpieza de todas las áreas del parque acuático.
- Realizar los requerimientos de los materiales y útiles de aseo necesarios para el mantenimiento de todas las áreas del parque acuático.
- Brindar atención amable y servicial a las personas que visiten el parque acuático inclusivo.

Una vez implementada la etapa 2 de la construcción se contará con el siguiente personal complementario: *Equipo I+D+i, Recepcionista, Botones, Chef, Ayudante de Cocina, Meseros*, para el desarrollo de este proyecto sólo tomaremos en cuenta el personal de la etapa 1 al igual que en los cálculos posteriores.

4.3.2 Balanced Scorecard

Como lo habíamos enunciado anteriormente en el presente documento, esta herramienta nos permitirá definir metas, objetivos e indicadores necesarios para la toma de decisiones, enfocadas a alcanzar los objetivos institucionales, además se podrá visualizar cual es el desempeño de la empresa, evaluación y detección de posibles falencias que durante el desarrollo de las operaciones y acciones limitan el cumplimiento de las metas y objetivos planteados.

Tabla 13. Matriz Balanced Scorecard propuesto para el Parque Acuático Inclusivo

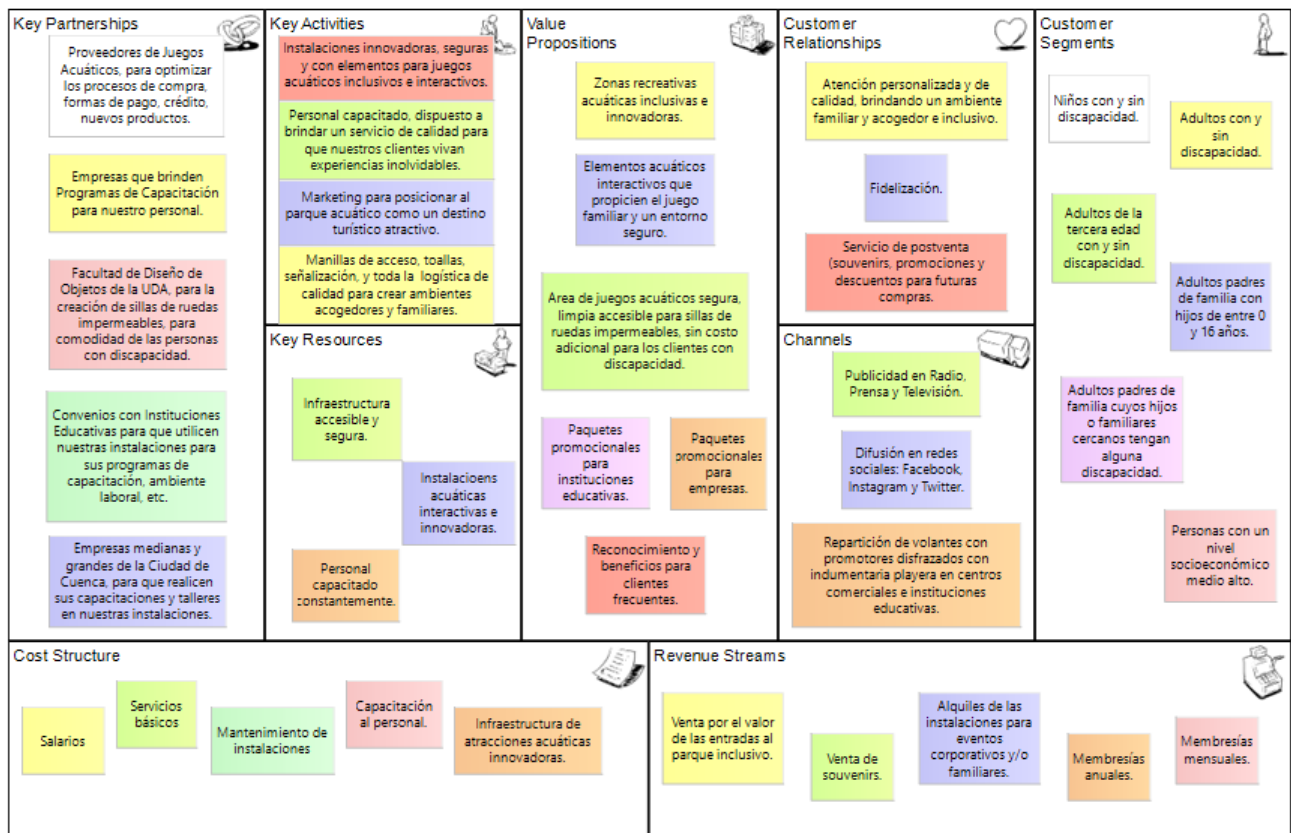
Perspectivas Financieras:			
OBJETIVOS	METAS	INDICADORES	INICIATIVAS
Aumentar los ingresos.	Aumento de un 5% en la Utilidad Neta.	Estados Financieros.	Desarrollar nuevas políticas de crédito con la oferta de paquetes turísticos con las Agencias de Viaje.
Aumentar la rentabilidad.	Aumentar en un 5% la Rentabilidad del Parque.	Estados Financieros	Negociar paquetes a plazo con empresas de tarjetas de crédito.
Perspectiva del Cliente:			
OBJETIVOS	METAS	INDICADORES	INICIATIVAS
Ser una empresa referente por la variedad de servicios.	Aumentar en un 10% el lanzamiento de un nuevo servicio cada semestre.	Número de nuevos servicios lanzados por semestre.	Crear un equipo de Innovación y Desarrollo. (I+D)
Tener una infraestructura más atractiva para los clientes.	Aumento del 15% de promedio de las visitas diarias al Parque.	Recuento de los clientes.	Invertir en redes sociales, y mejorar la exposición de la publicidad instalada en centros comerciales.
Perspectiva de los Procesos Internos:			
OBJETIVOS	METAS	INDICADORES	INICIATIVAS
Ser referente en atención y servicio.	Aumentar el número de comentarios positivos en un 10% y disminuir las quejas obtenidas en un 80%.	Análisis estadístico de los informes de Servicio al Cliente.	Mejorar y rediseñar el proceso de Atención.
Ser capaces de crear nuevas atracciones constantemente.	Iniciar al menos 2 propuestas de atracciones nuevas cada mes.	Informes sobre los Proyectos de nuevas atracciones.	Definir la nueva atracción a desarrollar.
Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento:			
OBJETIVOS	METAS	INDICADORES	INICIATIVAS
Contar con personal altamente calificado para prestar un excelente servicio.	Capacitar al 100% del personal.	Número de certificados obtenidos por el personal.	Desarrollar un convenio con una empresa de cursos en línea.

Nota: Elaborado por el Autor.

4.3.3 CANVAS

La idea es detallar de la mejor manera posible cada uno de sus aspectos con la finalidad de detallar toda la información necesaria para el correcto desempeño de la organización. (Retos Directivos, 2015).

Figura 28. CANVAS - Parque Acuático Inclusivo



Nota: Elaborado por el Autor.

Socios Clave:

Para poder llevar a cabo nuestra idea de negocio es fundamental detectar nuestros socios o colaboradores, para que su prestigio y experiencia aporten al crecimiento del proyecto, a través de convenios.

Otro grupo importante de socios, son nuestros proveedores, ya que serán quienes nos proporcionen los recursos necesarios para ofertar nuestros servicios a nuestros clientes.

- Convenios con proveedores de juegos acuáticos, para optimizar los procesos de compra, formas de pago, crédito, nuevos productos.
- Convenios con empresas que nos brinden programas de capacitación para nuestro personal.
- Convenios con la Universidad del Azuay con la facultad de Diseño de Objetos para que nos brinden apoyo en el diseño y creación de sillas de ruedas impermeables para que las personas con discapacidad puedan ingresar en las áreas de juego en agua de manera segura.
- Convenios con instituciones educativas para que sus autoridades planifiquen sus jornadas de capacitación, convivencias o talleres para mejorar el ambiente laboral, etc., en nuestras instalaciones.
- Convenios con empresas medianas y grandes de la ciudad de Cuenca, para que desarrollen talleres, capacitaciones y convivencias en nuestras instalaciones.

Actividades Clave

Para dar a conocer nuestra propuesta de valor, es necesario identificar y desarrollar actividades previas para poder preparar nuestro servicio y ofrecerlo día a día de la mejor manera, serán nuestros puntos críticos y las cuales nos servirán como carta de presentación al inicio, durante y la finalización de la jornada de trabajo. Entre las actividades tenemos las siguientes:

- Instalaciones innovadoras, seguras y con elementos que permitan el juego acuático inclusivo e interactivo.
- Personal capacitado, que esté siempre dispuesto a brindar un servicio excepcional para que las experiencias de quienes visiten nuestras instalaciones sea placentera.

- Marketing para posicionar al parque acuático inclusivo como un destino turístico atractivo.
- Manillas de acceso, toallas, y toda la logística empleada, necesaria para hacer de las visitas de los clientes ambientes acogedores y familiares.

Recursos Clave

En esto detallamos los recursos necesarios para que nuestra propuesta de valor tenga éxito, así podremos definir los recursos con los que debemos contar para llevar a cabo nuestra actividad, aquí describiremos los recursos necesarios y la forma en que debemos optimizarlos para intentar alcanzar la mayor productividad posible con un costo mínimo.

- Infraestructura accesible y segura.
- Instalaciones acuáticas interactivas e innovadoras.
- Personal capacitado constantemente.

Propuestas de Valor

Esta es nuestra pieza clave de todo nuestro modelo de negocio, porque es nuestra ventaja competitiva, es la razón por la cual los clientes van a preferir visitar nuestro parque acuático en lugar de ir a otros lugares. Aquí detallamos lo que nos hace diferentes e innovadores en nuestro servicio e instalaciones, con esta propuesta queremos detallar lo que queremos entregar a nuestros clientes, además de resolver la problemática actual que es la inexistencia de un Parque Acuático Inclusivo, así satisfacemos con nuestras instalaciones y servicios las necesidades de este nuevo nicho de mercado.

- Zonas recreativas acuáticas inclusivas e innovadoras.
- Elementos acuáticos interactivos que propicien el juego familiar y un entorno seguro.

- Área de juegos acuáticos segura, limpia y totalmente accesibles para sillas de ruedas impermeables que pone a disposición de los clientes, sin costo adicional, para las personas con discapacidad.
- Paquetes promocionales para instituciones educativas.
- Paquetes promocionales para empresas.
- Reconocimiento y beneficios para clientes frecuentes.

Relaciones con clientes

Esta es una parte sumamente importante dentro del desarrollo del lienzo del modelo de negocio, ya que debemos comunicarnos de manera correcta con nuestros clientes y estar al pendiente de ellos, ya que son nuestra base central, saber de qué manera vamos a interactuar con cada segmento de clientes es fundamental para enfocarnos en el éxito del modelo de negocio.

- Atención personalizada y de calidad, brindando un ambiente familiar, acogedor e inclusivo.
- Fidelización
- Servicio de postventa (souvenirs, promociones, descuentos en futuras compras).

Canales

Definir cuáles serán los canales a través de los cuales nuestras propuestas de valor podrán darse a conocer a los clientes, ya que está claro que: si no nos conocen, no nos van a comprar entradas al parque acuático. A continuación, definiremos cuáles serían los canales de distribución de nuestra propuesta, así podremos luego evaluar para saber cuáles de estos canales son los más rentables y con cuál de todos ellos podemos llegar a nuestros clientes y saber que canales funcionan de manera más efectiva.

- Creación y manejo de la Página Web del parque acuático inclusivo.
- Publicidad en radio (FM 88, y Mágica 9.21), prensa escrita (Diario El Mercurio) y televisión (Telerama y Unsión TV).
- Difusión en redes sociales con más usuarios como son Facebook, Instagram y Twitter.
- Repartición de volantes con la ayuda de promotores disfrazados con indumentaria playera y juegos de playa, en varios sectores de la ciudad (Parque Calderón, Parque de la Madre, Turi, etc.), en especial en instituciones educativas y centros comerciales de la ciudad de Cuenca.

Segmentos de clientes:

Nuestro objetivo siempre será satisfacer las necesidades y deseos de nuestros clientes, porque ellos son nuestro foco en todo momento. Para ello es necesario y primordial ponernos en sus zapatos y analizar de manera precisa que es lo que está sintiendo, escuchando, sintiendo, cuáles son sus necesidades y que beneficios le puede brindar nuestro servicio, razón por la cual enlistamos nuestros segmentos que sin duda es muy importante el poder identificarlos:

- Niños con y sin discapacidad.
- Adultos con y sin discapacidad
- Adultos de la tercera edad con y sin discapacidad
- Adultos padres de familia, con hijos de entre 0 y 16 años de edad.
- Adultos padres de familia cuyos hijos o familiares cercanos tengan alguna discapacidad.
- Personas con un nivel socioeconómico medio alto.

Estructura de costos:

Aquí definiremos los rubros más importantes de nuestro modelo de negocio, además analizaremos cuales son los recursos y actividades claves más costosos. Además, identificaremos prioridades y gastos de aquellos que no lo son y que nos ayudarán a no desviarnos del presupuesto y del financiamiento establecido. Dentro de la estructura tenemos los siguientes rubros:

- Salarios.
- Servicios básicos (luz, agua, teléfono, internet).
- Mantenimiento de instalaciones.
- Capacitación al personal.
- Infraestructura de atracciones acuáticas innovadoras.

Flujos de Ingresos

Aquí detallamos las principales fuentes de ingresos, los pagos se podrán realizar en efectivo, con transferencia interbancaria, pagos con tarjeta de crédito, débito y/o cheques a la vista, se prevé recibir ingresos por los siguientes rubros:

- Ventas por el valor de las entradas al parque acuático inclusivo.
- Venta de Souvenirs, accesorios de baño, para el cuidado personal, alimentos y bebidas.
- Alquiler de las instalaciones para eventos corporativos y/o familiares.
- Membresías mensuales y anuales, las cuales darán como beneficios un 20% de descuento en el valor de las entradas y en los artículos que se encuentran de venta en la garita.

4.4 Análisis de factibilidad

4.4.1 Factibilidad técnica

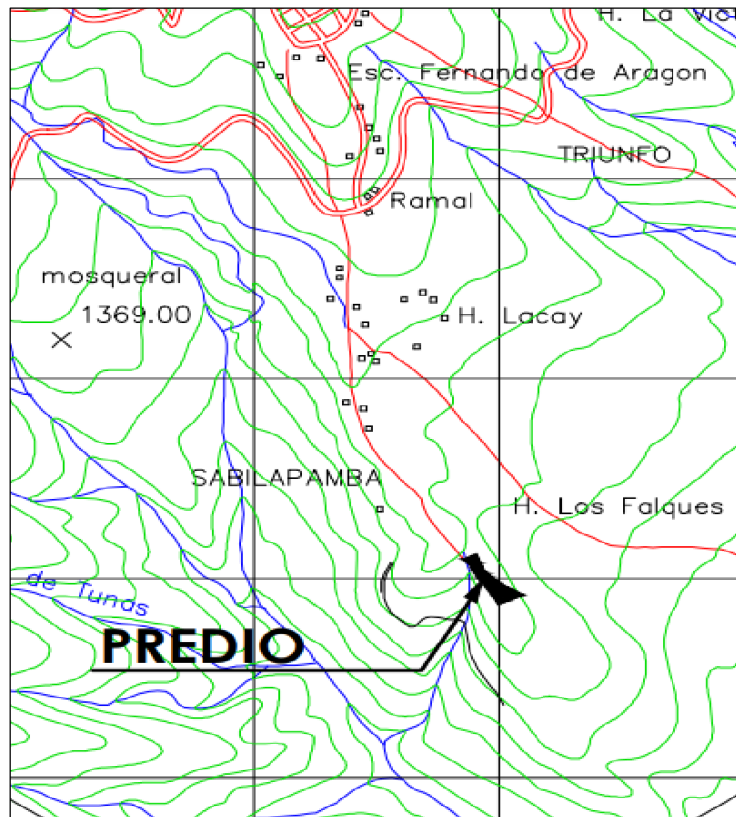
Para la implantación del Proyecto se utilizará un terreno de propiedad del Sr. Manuel Carrión M., el cual está ubicado en el Sector de Lacay - El Guabo, en el Valle de Yunguilla, perteneciente al Cantón Santa Isabel; por la localización y el clima de la zona, otorgan al proyecto condiciones favorables para su emplazamiento, el terreno tiene un área total de $15.271.98 \text{ m}^2$, pero el Parque Acuático Inclusivo ocupará un área de $4.509,91 \text{ m}^2$, debido a que el Parque Acuático forma parte de un Proyecto más grande, el cual se divide en dos etapas de construcción, se proyecta a construir como primera etapa el parque acuático inclusivo y en la segunda etapa se construirán diversas áreas complementarias que servirán para ampliar los servicios brindados a los clientes y potenciar sus experiencias en el lugar. La capacidad instalada del Parque Acuático es de 300 personas.

Figura 29. Ubicación del Terreno para el Proyecto



Nota: Extraído de Google Maps, (2020).

Figura 30. Ubicación del Predio



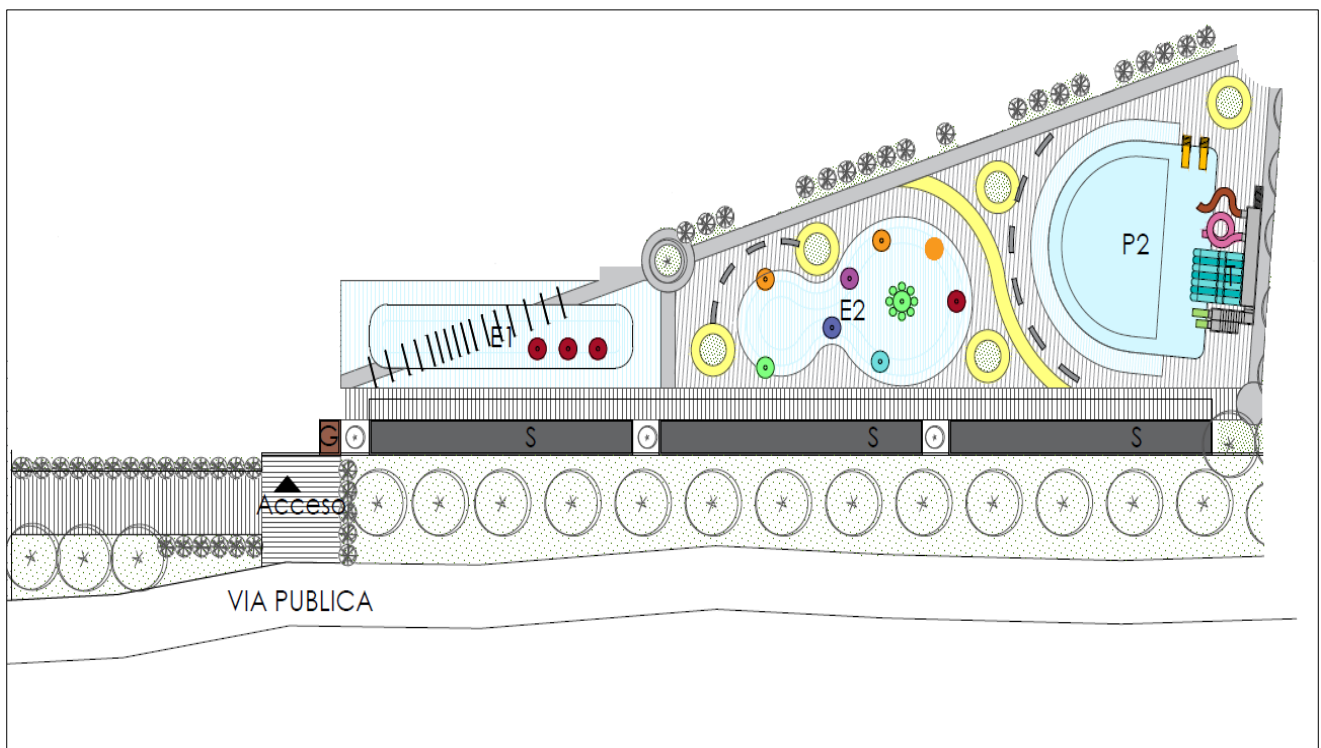
Nota: Elaborado por Arq. Juan Diego Asitimbay, (2020).

Diseño de las Instalaciones del Parque Acuático Inclusivo

Se cuenta con la pericia de un Arquitecto, quien se encargará del diseño de todas las instalaciones, siempre teniendo en cuenta que cada área debe ser 100% accesibles para las personas con y sin discapacidad. Como lo habíamos dicho el parque se adecuará en un área de $4.509,91 m^2$, de la cual, los visitantes dispondrán de un amplio parqueadero, áreas verdes que le invitan a relajarse y disfrutar del entorno, también se cuenta con una garita para el cobro de entradas. El área de servicios comprende: el bar para la venta de souvenirs, accesorios de baño y el cuidado personal, alimentos y bebidas, y vestidores, baños, duchas y lockers para guardar las pertenencias de los

turistas, finalmente la zona de piscinas y toboganes, será un área de juegos acuáticos dinámicos con dos albercas a nivel cero o también conocidas como espejo de agua en esta área se incluirán elementos que contribuirán a el disfrute de una recreación segura y enriquecedora para todas las edades, beneficiando el perfeccionamiento de capacidades motoras durante el juego y proporcionando una experiencia interactiva y sensorial diferente, tanto para personas con y sin discapacidad, y por último se cuenta con una piscina grande en la que se ubicarán los toboganes de diversos niveles que aportarán aventura, adrenalina y diversión para los más grandes.

Figura 31. Propuesta del Proyecto Parque Acuático Inclusivo - Etapa 1



Nota: Elaborado por Arq. Juan Diego Asitimbay, (2020).

Figura 32. Propuesta Área Inclusiva



Nota: ISABA. (2016). Soluciones: Splashpark. Figura. Recuperado de <https://isaba.com/pdf/DOSSIER-SPLASH.pdf>

Figura 33. Propuesta Área Inclusiva



Nota: ISABA. (2016). Soluciones: Splashpark. Figura. Recuperado de <https://isaba.com/pdf/DOSSIER-SPLASH.pdf>

Figura 34. Propuesta Área Inclusiva



Nota: ISABA. (2016). Soluciones: Splashpark. Figura. Recuperado de <https://isaba.com/pdf/DOSSIER-SPLASH.pdf>

Figura 35. Propuesta Área Inclusiva



Nota: Morgan's Wonderland. (2020). Rainbow Reef. Figura. Recuperado de <https://www.morganswonderland.com>

Figura 36. Propuesta Área Inclusiva



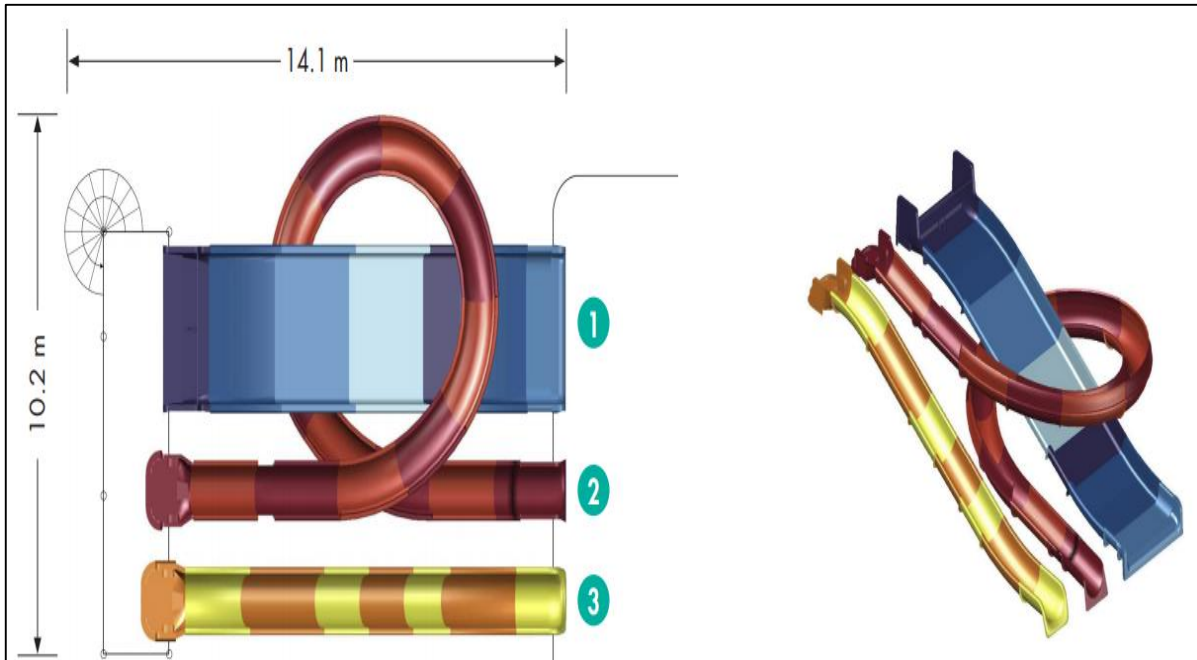
Nota: Morgan's Wonderland. (2020). Will's Hang Ten Harbor. Figura. Recuperado de <https://www.morganswonderland.com>

Figura 37. Propuesta Área Inclusiva



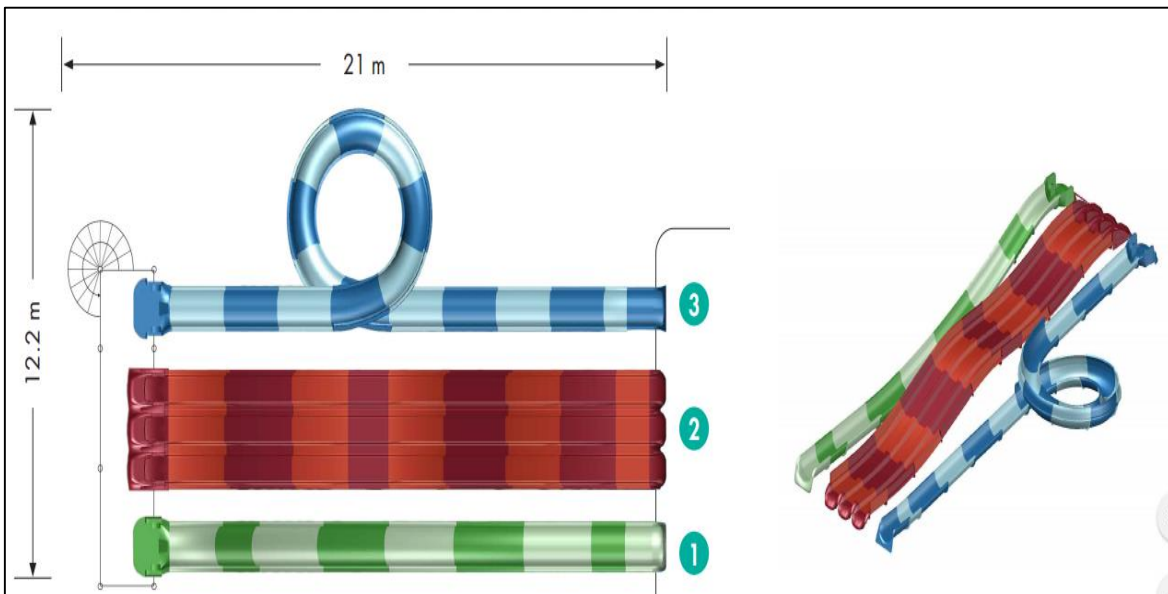
Nota: Morgan's Wonderland. (2020). Harvey's Hideaway Bay. Figura. Recuperado de <https://www.morganswonderland.com>

Figura 38. Propuesta de Toboganes



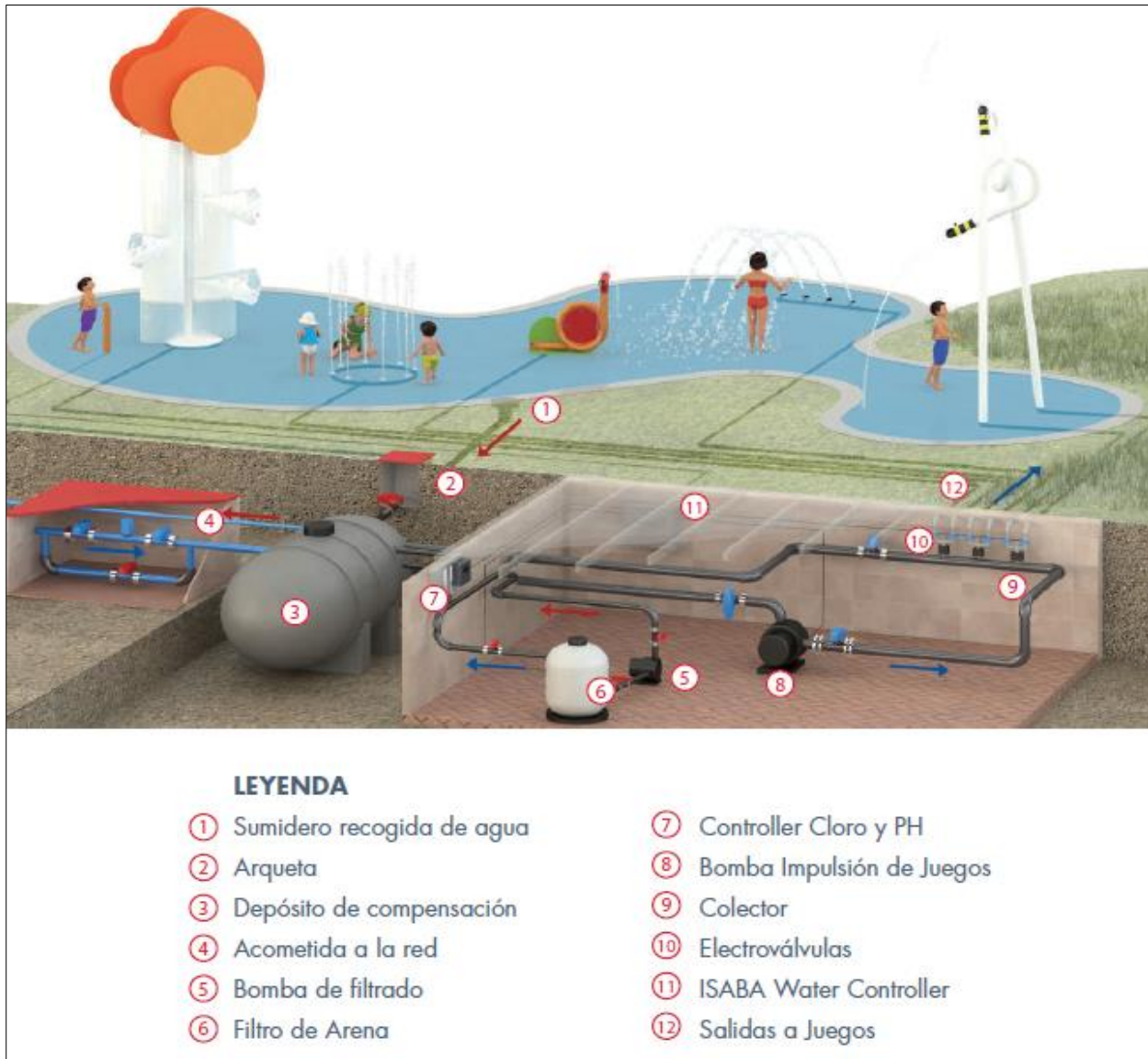
Nota: ISABA. (2016). Soluciones: Toboganes. Figura. Recuperado de <https://isaba.com/pdf/dossier-toboganes.pdf>

Figura 39. Propuesta de Toboganes



Nota: ISABA. (2016). Soluciones: Toboganes. Figura. Recuperado de <https://isaba.com/pdf/dossier-toboganes.pdf>

Figura 40. Proceso para el Tratamiento y Uso del Agua



Nota: ISABA. (2016). Soluciones: Splashpark. Figura. Recuperado de <https://isaba.com/pdf/DOSSIER-SPLASH.pdf>

Proceso de Circulación y Tratamiento del Agua

El presente proyecto debe tener características que reflejen ser un entorno seguro, tanto en las áreas de recreación, así como el agua que es el elemento imprescindible de todos los juegos que estarán disponibles para los clientes.

Por tal razón, estamos convencidos, que para que eso pueda darse, es necesario realizar un control exhaustivo de la calidad del agua, que evitará la aparición de algas, bacterias o gérmenes perjudiciales para la salud de nuestros clientes.

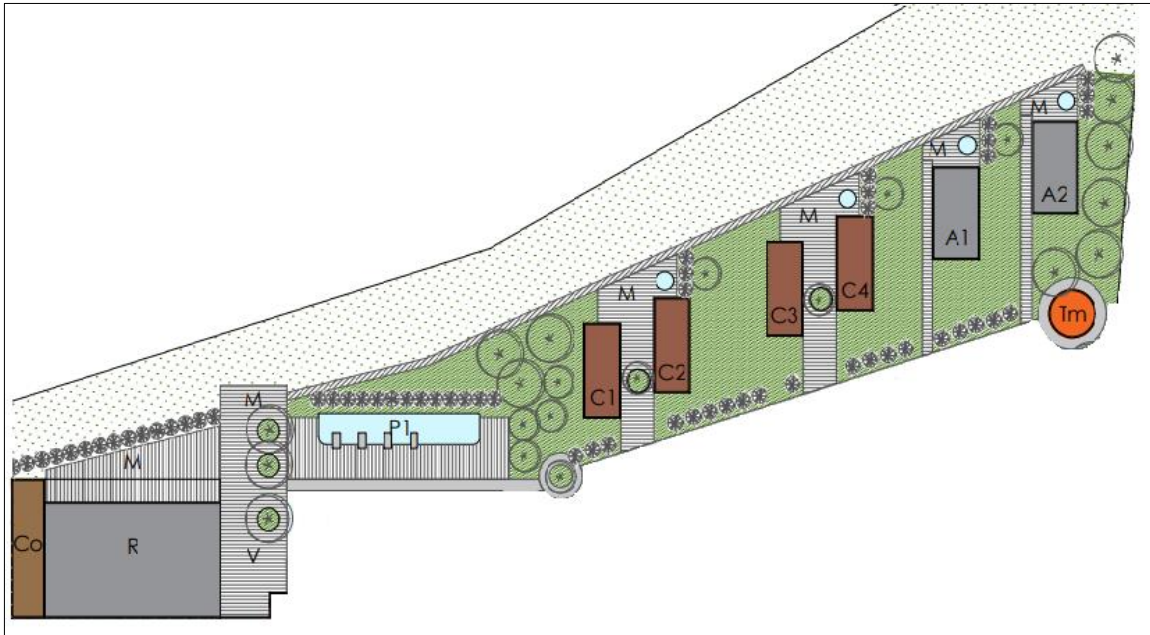
Con el control de la calidad, lograremos potenciar los efectos positivos y de sostenibilidad por el ahorro de agua y energía, contribuyendo con el medio ambiente y con nuestros clientes al ofrecerles niveles altos de seguridad.

A continuación, se detalla el camino que recorre el agua desde que el juego comienza, una vez que el niño presiona el activador que está situado en el área de juego respectiva, este envía una señal que pone en marcha una bomba que aspirará el agua que ingresa al depósito de compensación y luego será impulsada a cada juego, una vez que el agua sale por los juegos se recoge por los sumideros y mediante una red de tuberías se devuelve el agua al depósito de compensación.

Para que el agua se mantenga limpia y desinfectada, es decir inicie el proceso de tratamiento, una vez que el agua ha sido recolectada por una bomba de filtrado, el agua es llevada por una tubería a un filtro de arena que se encarga de eliminar los residuos y bacterias, luego se transporta a un dispositivo controlador de nivel de PH y cloro, lo que garantiza la calidad del agua, y vuelve a circular a los juegos para luego iniciar nuevamente el proceso.

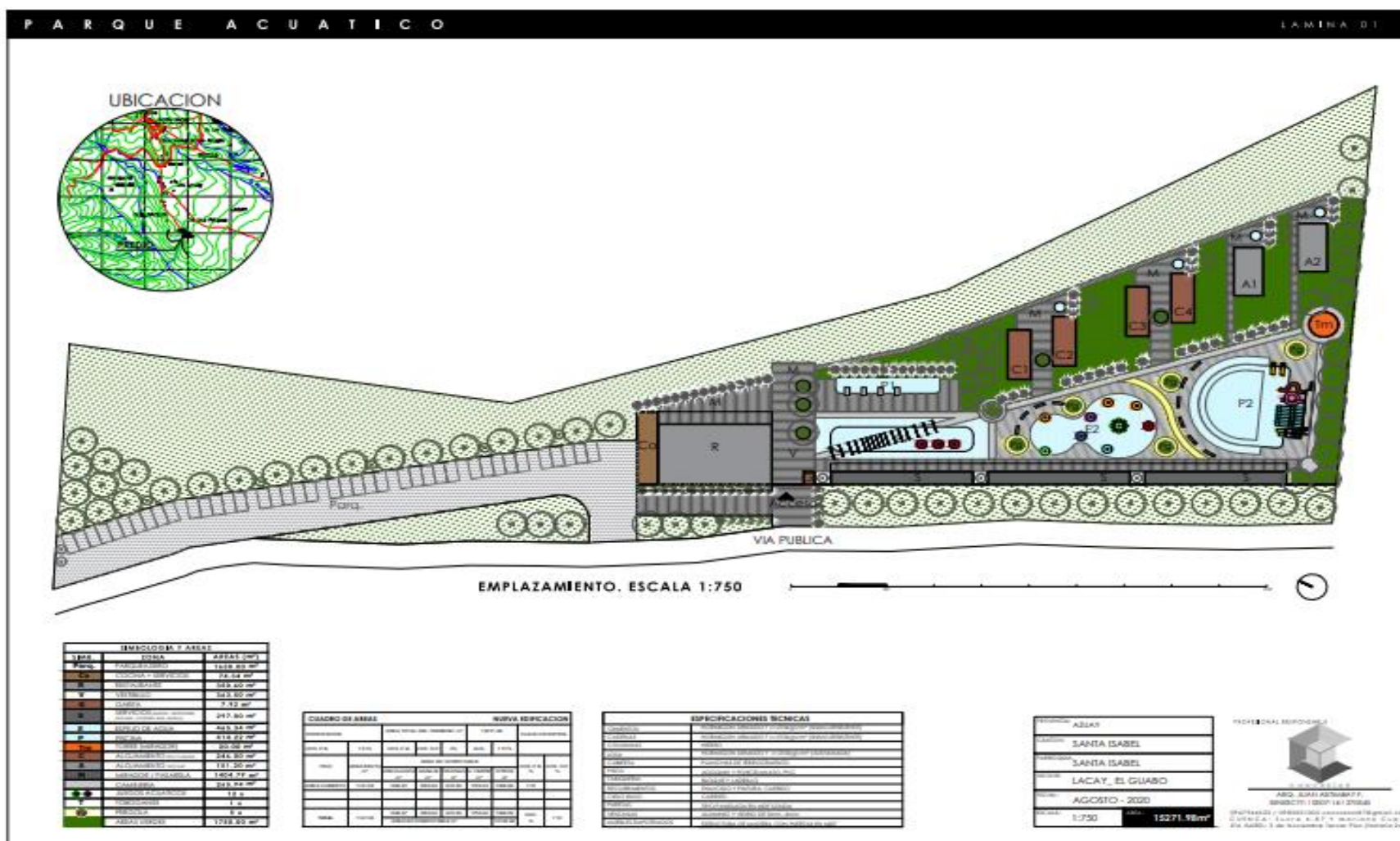
Toda la infraestructura técnica para el tratamiento y circulación del agua del parque acuático, está incluida en el presupuesto de construcción, del mismo, lo que estamos enunciado es cómo funciona el proceso de tratamiento del agua.

Figura 41. Diseño de Servicios Complementarios - Etapa 2






Nota: Elaborado por Arq. Juan Diego Asitimbay, (2020).

Figura 42. Diseño Infraestructura Total - Parque Acuático Inclusivo y Servicios Complementarios



Nota: Elaborado por Arq. Juan Diego Asitimbay, (2020).

Figura 43. Simbología y áreas de la Infraestructura Total

SIMBOLOGIA Y AREAS		
SIMB.	ZONA	AREAS (m ²)
Parq.	PARQUEADERO	1650.00 m²
Co	COCINA + SERVICIOS	74.34 m²
R	RESTAURANTE	350.60 m²
V	VESTIBULO	363.50 m²
G	GARITA	7.92 m²
S	SERVICIOS (BAÑOS, VESTIDORES, DUCHAS, LOCKERS, BAR, SAUNA)	297.00 m²
E	ESPEJO DE AGUA	465.34 m²
P	PISCINA	414.22 m²
Tm	TORRE (MIRADOR)	20.00 m²
C	ALOJAMIENTO TIPO CABAÑA	246.00 m²
A	ALOJAMIENTO TIPO SUIT	151.20 m²
M	MIRADOR / PASARELA	1404.79 m²
	CAMINERIA	265.94 m²
	JUEGOS ACUATICOS	12 u
T	TOBOGANES	1 u
	PERGOLA	5 u
	AREAS VERDES	1750.00 m²

Nota: Elaborado por Arq. Juan Diego Asitimbay, (2020)

4.4.2 Factibilidad económica

Para la construcción del parque acuático inclusivo, es decir, la etapa 1, se prevé una inversión de \$ 482.987,10. A continuación se detalla las áreas y su respectivo costo por infraestructura, siendo técnicamente el presupuesto para su construcción:

Tabla 14. Detalle de áreas y costo del Parque Acuático Inclusivo

Simb.	ZONA	CANT	AREA (m ²)	AREA (m ²)
AREAS CUBIERTAS				
G	Garita	1	7,92	7,92
S	Servicios	3	99,00	297,00
TOTAL				304,92
PISCINAS				
E	E1 Espejo de agua	1	176,57	176,57
	E2 Espejo de agua	1	288,77	288,77
P	P2 Piscina	1	326,65	326,65
TOTAL				791,99
AREAS EXTERIORES				
Pq	Parqueadero	1	1.650,00	1.650,00
	Areas verdes	1	1.750,00	1.750,00
TOTAL				3.400,00
JUEGOS ACUÁTICOS				
T	Toboganes	1	4.500,00	4.500,00
JA	Juegos Acuáticos	12	420,00	5.040,00
TOTAL				9.540,00
ÁREA DE CONSTRUCCIÓN				4.509,91
AREA DE TERRENO + CONSTRUCCIÓN				15.271,98

Nota: Elaborado por Arq. Juan Diego Asitimbay, (2020)

Tabla 15. Presupuesto construcción Parque Acuático Inclusivo - Etapa 1

PRESUPUESTO			
ZONA	AREA (m ²)	P.UNIT. PROM.	TOTAL (\$)
Areas Cubiertas	304,92	550,00	167.706,00
Espejo de agua	465,34	290,00	134.948,60
Piscinas	326,65	450,00	146.992,50
Areas Exteriores	3.400,00	7,00	23.800,00
Toboganes	1,00	4.500,00	4.500,00
Juegos Acuaticos	12,00	420,00	5.040,00
TOTAL	4.509,91	-	482.987,10

Nota: Elaborado por Arq. Juan Diego Asitimbay, (2020).

Para la construcción del Parque Acuático Inclusivo se utilizarán fondos propios, provenientes de la venta de 6 hectáreas de terreno, el cual es de propiedad del Sr. Manuel Carrión, es decir, se estima la venta de 60.000 m^2 , por un precio mínimo de \$ 10,00 cada m^2 , dando un total de \$ 600.000,00; con este ingreso se prevé cubrir la construcción e implementación del parque acuático inclusivo. Posterior a la realización de esta primera etapa, y en función del tiempo de recuperación de la inversión, se procederá con la construcción de los servicios complementarios.

Tabla 16. Presupuesto global de inversión

Detalle	Cant	Costo Unitario	Subtotal	Costo Total
Muebles y Enseres				22.190,00
Sillas de ruedas impermeables	30	310,00	9.300,00	
Sillas colgantes Rattan	22	230,00	5.060,00	
Juego de 3 sillones + mesa de centro	4	380,00	1.520,00	
Máquina Granizadora Industrial	1	380,00	380,00	
Mostradores	2	190,00	380,00	
Congelador 702 litros	1	830,00	830,00	
Sofá cama redondo	4	830,00	3.320,00	
Escritorios	4	230,00	920,00	
Estantes de Oficina	4	120,00	480,00	
Equipo de Computación				4.565,00
Computadoras	4	860,00	3.440,00	
Impresoras	2	360,00	720,00	
Supresor picos	6	15,00	90,00	
Sistema de Alarma	1	315,00	315,00	
Equipo de Oficina				980,00
Teléfono Panasonic Inalambrico	4	49,00	196,00	
Radio Walkie Talkie	8	98,00	784,00	
Edificios				482.987,10
Construcción Etapa 1 Parque Acuático	1	482.987,10	482.987,10	
TOTAL ACTIVOS FIJOS				510.722,10
Activos Diferidos				7.830,00
Gastos de Constitución	1	2.800,00	2.800,00	
Publicidad Prepagada			5.030,00	
<i>Desarrollo de la Página Web</i>	<i>1</i>	<i>1.200,00</i>	<i>1.200,00</i>	
<i>Hojas Volantes</i>	<i>5000</i>	<i>0,01</i>	<i>50,00</i>	
<i>Promotores</i>	<i>4</i>	<i>100,00</i>	<i>400,00</i>	
<i>Anuncios en el Diario el Mercurio</i>	<i>10</i>	<i>80,00</i>	<i>800,00</i>	
<i>Anuncios por Radio FM 88</i>	<i>10</i>	<i>120,00</i>	<i>1.200,00</i>	
<i>Anuncios por Radio Mágica 9.21</i>	<i>12</i>	<i>115,00</i>	<i>1.380,00</i>	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS				7.830,00
TOTAL ACTIVOS				518.552,10

Nota: Elaborado por el Autor.

En la tabla anterior podemos observar cuáles son los valores correspondientes a la inversión inicial del proyecto “etapa 1” Parque Acuático Inclusivo, aquí se considera tanto la construcción de las instalaciones como los muebles, equipos y demás rubros necesarios para la puesta en marcha y el funcionamiento de la empresa.

4.4.3 Factibilidad natural

El clima, el entorno natural y la ubicación del Valle de Yunguilla, permite que el mercado turístico prefiera como destino este lugar, debido a las características naturales que ofrece este destino, propiciando un ambiente donde se pueda llevar a cabo el esparcimiento y el descanso de todos quienes visiten las instalaciones que brindan comodidad, seguridad y la calidad que se merecen y así disfrutar de una experiencia inolvidable.

Este sector brinda a los visitantes un acercamiento con la naturaleza, la calma y del disfrute del paisaje y el clima, haciendo que las personas redescubran nuevos espacios, con nuevas enseñanzas de convivencia, respeto e igualdad.

La temperatura del sector varía de entre 19°C a 27°C, por ello es un sector muy concurrido por muchas personas para vacacionar en lugares donde existan instalaciones que permitan participar de actividades de diversión con agua, es por ello la idea de la creación del parque acuático inclusivo, convirtiéndolo en el primer centro acuático con características innovadoras en el sector.

El valle de Yunguilla se encuentra a 1.400 m.s.n.m., su ubicación y morfología lo ubican en la Hoya del Jubones, la cual está rodeada de muchas cadenas montañosas que dan lugar a la formación natural de valle. Por todas las características que presenta el sector, brinda la factibilidad natural

que el proyecto necesita para su creación, implantación, crecimiento y sostenibilidad a través del tiempo.

4.4.4 Factibilidad legal

El parque acuático, funcionará bajo la denominación de Aqua Park, como una empresa unipersonal; para el correcto desarrollo del proyecto éste deberá funcionar bajo todas las normas o leyes establecidas tanto a nivel local, municipal y nacional.

La creación de este espacio de diversión acuática inclusiva se convierte en una forma de turismo, lo que en la Ley respectiva manifiesta su concepto como a continuación se presenta:

“Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.” (Ley de Turismo, 2020)

Dentro del mismo cuerpo legal en su Capítulo II manifiesta la clasificación de las actividades turísticas y de quienes las ejercen:

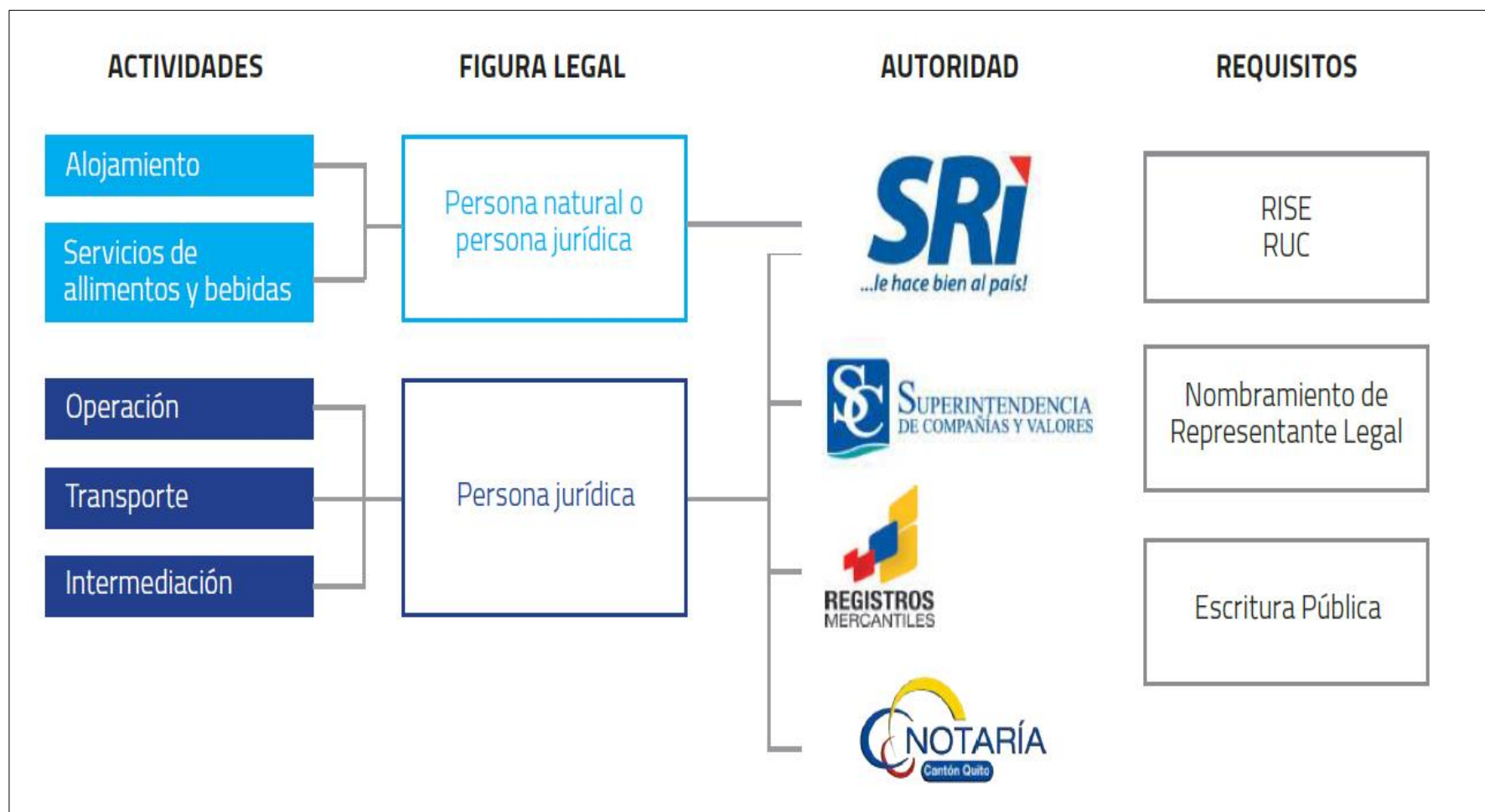
“Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;

- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables” (Ley de Turismo, 2020).

Como lo manifiesta la Ley, el parque acuático se encuentra dentro del literal f del Artículo 5 de la antes mencionada Ley por ende debe proceder con un proceso específico para su constitución legal. El Ministerio de Turismo, emitió una guía en la cual se explica detalladamente y de manera muy clara, todo el proceso legal que los emprendimientos turísticos deben conocer y realizar dentro del marco establecido para su correcto funcionamiento, como se puede observar a continuación:

Figura 44. Definición de la Naturaleza de la Empresa



Nota: Extraído de “Guía del Emprendedor Turístico”, por Subsecretaría de Gestión y Desarrollo - Dirección de Fomento Turístico - Ministerio de Turismo, (2018), p. 42.

Figura 45. Obligaciones del Empresario

	SRI – Servicio de Rentas Internas	
	Quiénes están obligados	Obligaciones:
	<p>Persona natural</p> <hr/> <p>Persona jurídica</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Anexo de Retenciones en la Fuente por Relación de dependencia ▪ Anexo Transaccional simplificado ▪ Impuesto a la renta ▪ Declaración retenciones a la fuente ▪ Declaración de IVA <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anexo accionistas, partícipes, socios, miembros del directorio y administradores ▪ Anexo de Retenciones en la Fuente por Relación de dependencia ▪ Anexo Transaccional simplificado ▪ Impuesto a la renta sociedades ▪ Declaración retenciones a la fuente ▪ Declaración de IVA
	Superintendencia de Compañías	
	Quiénes están obligados	Obligaciones:
Toda persona jurídica que realice algún tipo de actividad turística.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presentación de Estados Financieros ▪ Informe de Comisario ▪ Informe a Junta de Accionistas ▪ Nómina de Administradores 	
	Ministerio de Turismo	
	Quiénes están obligados	Obligaciones:
Todo establecimiento oferente de servicios turísticos registrado en el Ministerio de Turismo.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Declarar su inventario valorado de activos fijos (edificaciones e instalaciones, maquinarias, muebles enseres y equipos de computación), sobre el cual se hará el cálculo del 1x1000. ▪ Pago de la contribución 1x1000. ▪ Obtener y actualizar la Licencia Anual de Funcionamiento en el GAD. 	




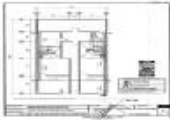


Nota: Extraído de “Guía del Emprendedor Turístico”, por Subsecretaría de Gestión y Desarrollo - Dirección de Fomento Turístico - Ministerio de Turismo, (2018), p. 43.

Figura 46. Obligaciones con el Personal Bajo Relación de Dependencia

	<p>Laborales – Ministerio del Trabajo</p>	
	<p>Seguridad Social - IESS – Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social</p>	
<p>Obligaciones:</p>		
<ul style="list-style-type: none">▪ Inscripción Contrato Trabajo▪ Legalización de Beneficios Sociales▪ Reglamentos de Trabajo▪ Pago de Utilidades▪ Legalización Actas de Finiquito		
<p>Obligaciones:</p>		
<ul style="list-style-type: none">▪ Avisos de Entrada y Salida de Personal▪ Pago de Fondos de Reserva▪ Pago de Aportes Patronales▪ Registro Patronal		

Nota: Extraído de “Guía del Emprendedor Turístico”, por Subsecretaría de Gestión y Desarrollo - Dirección de Fomento Turístico - Ministerio de Turismo, (2018), p. 44.

Figura 47. Habilitantes para el Funcionamiento: Municipales

AUTORIDAD COMPETENTE	HABILITANTE	QUIENES ESTÁN OBLIGADOS
<p>GAD MUNICIPAL</p>     	<p>Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF) Autorización legal otorgada a los establecimientos turísticos, que acredita la idoneidad del servicio que ofrece y se sujeta a las normas técnicas de calidad vigentes, sin la cual no pueden operar dentro de la jurisdicción del cantón. El valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente, los valores podrán ser ajustados anualmente.</p> <hr/> <p>Patente Municipal Documento obligatorio para ejercer permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.</p> <hr/> <p>Permiso de Uso de Suelo o Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo Documento que verifica si las actividades a realizar se encuentran permitidas en el predio a operar, de acuerdo a la ordenación territorial del cantón.</p> <hr/> <p>Aprobación de Planos Trámite con el cual se autoriza la planificación de un proyecto arquitectónico, una vez que se han revisado y admitido diferentes elementos del mismo.</p> <hr/> <p>Permisos de Construcción Documento habilitante para la construcción de edificaciones o nuevas infraestructuras en edificaciones ya establecidas.</p>	<p>Toda persona natural o jurídica que se dedique a la prestación de servicios turísticos.</p> <hr/> <p>Toda persona natural o jurídica, sociedad nacional o extranjera, domiciliada o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal que ejerzan permanentemente actividades económicas.</p> <hr/> <p>Toda persona natural o jurídica, que requiera iniciar algún tipo de actividad turística.</p> <hr/> <p>Toda persona natural o jurídica, que requiera ejecutar obras arquitectónicas para el establecimiento de su empresa y operación de sus actividades turísticas.</p> <hr/> <p>Toda persona natural o jurídica, que requiera ejecutar obras arquitectónicas para el establecimiento de su empresa y operación de sus actividades turísticas.</p>
	<p>Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos Autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.</p>	<p>Toda persona natural o jurídica, que requiera iniciar algún tipo de actividad turística.</p>

Nota: Extraído de “Guía del Emprendedor Turístico”, por Subsecretaría de Gestión y Desarrollo - Dirección de Fomento Turístico - Ministerio de Turismo, (2018), p. 45.

Figura 48. Habilitantes para el Funcionamiento: Municipales

AUTORIDAD COMPETENTE	HABILITANTE	QUIENES ESTÁN OBLIGADOS
	<p>Búsqueda fonética Sirve para verificar si existe en el Ecuador marcas idénticas o similares a la que se pretenda registrar, o que ya se encuentren registradas con anterioridad.</p> <hr/> <p>Título de Registro de Signo Distintivo Documento de protección o derecho al uso exclusivo de una marca (signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo.)</p>	<p>Toda persona natural o jurídica que se dedique a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las actividades turísticas definidas. Constituye un requisito previo a la obtención del Registro Turístico.</p> <hr/> <p>Toda persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera que requieran el derecho al uso exclusivo de la marca</p>
	<p>Permiso sanitario de funcionamiento Documento habilitante para el funcionamiento de los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria.</p>	<p>Toda persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera que tenga como actividad económica el servicio de alimentos y bebidas.</p>
	<p>Legalización de Contrato de arrendamiento La legalización del contrato de arrendamiento es un requisito para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF), en caso de arrendar un establecimiento para el desarrollo de la actividad turística.</p> <p>Contrato de arrendamiento legalizado. La legalización del contrato de arrendamiento se realiza en una Notaría.</p> <p>Contrato de arrendamiento mercantil. La legalización del contrato de arrendamiento mercantil se realiza en el Registro Mercantil.</p>	<p>Toda persona natural o jurídica, que se dedique a la prestación de servicios turísticos en un local arrendado.</p>

Nota: Extraído de “Guía del Emprendedor Turístico”, por Subsecretaría de Gestión y Desarrollo - Dirección de Fomento Turístico - Ministerio de Turismo, (2018), p. 46.

Figura 49. Habilitantes para el Funcionamiento: Municipales

AUTORIDAD COMPETENTE	HABILITANTE	QUIENES ESTÁN OBLIGADOS
 <p>MINISTERIO DE TURISMO</p>	<p>Registro Turístico Es la acreditación otorgada por el Ministerio de Turismo para operar como prestador de servicio turístico. El registro debe realizarlo previo al inicio de actividades y por una sola vez*. Mediante el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda. *En el Cantón Quito se tramita ante la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo.</p>	<p>Toda persona natural y/o jurídica que se dedique a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las actividades turísticas definidas.</p>
	<p>Licencia de Guías Es la acreditación otorgada por el Ministerio de Turismo para el ejercicio profesional de los guías de turismo según su clasificación: local, nacional y nacional especializado (patrimonio turístico o aventura).</p>	<p>Toda persona natural que se dedique de manera profesional al servicio de guianza turística en el territorio ecuatoriano.</p>
 <p>MINISTERIO DEL AMBIENTE</p>	<p>Patente Anual de Operación Turística Documento único habilitante para poder realizar actividades turísticas con fines comerciales en las zonas del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador (SNAP).</p>	<p>Toda operadora turística sin excepción está obligada a obtener este permiso.</p>
	<p>Certificado de Registro Ambiental Documento habilitante para las actividades con un bajo impacto ambiental detalladas en el Catálogo de Categorización Ambiental Nacional.</p>	<p>Toda persona natural y/o jurídica que se encuentre en ejecución de un proyecto, obra o actividad.</p>
	<p>Licencia ambiental Es la autorización para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental.</p>	<p>Toda persona natural y/o jurídica que se encuentre en ejecución de un proyecto, obra o actividad.</p>

Nota: Extraído de “Guía del Emprendedor Turístico”, por Subsecretaría de Gestión y Desarrollo - Dirección de Fomento Turístico - Ministerio de Turismo, (2018), p. 47.

4.4.5 Factibilidad social

El parque acuático inclusivo se desarrolla bajo el concepto de ser un espacio donde las personas con y sin discapacidad interactúen en un ambiente seguro, sin barreras arquitectónicas y donde se fomente la vinculación social, bajo estas premisas se pueden identificar dos tipos de mercado, los mismos que son los que harán posible el desarrollo del proyecto, este tema es analizado en el apartado **3.2. Población**, del presente documento.

Mercado Interno:

- Personas con discapacidad de la provincia del Azuay.
- Padres, madres o familiares cuyos miembros de su círculo social más cercano tengan discapacidad.
- Padres y madres que tengan hijos de entre 0 y 17 años.
- Personas con un nivel socio-económico medio alto.
- Personas que busquen entornos inclusivos y practiquen la inclusión social como parte de su ideología.

Mercado externo:

- Personas con discapacidad a nivel nacional, y sus familias.
- Población que vive en el sector del Valle de Yunguilla debido a que la presencia del presente proyecto representará una nueva fuente de trabajo.
- Entidades de control nacional y municipal.

4.4.6 Factibilidad comercial

El presente proyecto lo que busca es emprender en el ámbito turístico inclusivo, dando múltiples beneficios para el desarrollo local, las razones que motivan a la creación de este proyecto son las siguientes:

- Impulsar el desarrollo de la economía del sector.
- Contribuir a mejorar la estabilidad económica del sector turístico.
- Promover la cohesión social y la fuerza laboral del entorno próximo.
- Ofertar instalaciones sin barreras y logística de calidad.
- Proponer alianzas entre el sector público y privado que se orienten a mejorar la competitividad.
- Contribuir al sector turístico inclusivo con entornos multi - diversos para alcanzar una riqueza comercial sostenible.

4.4.7 Factibilidad financiera:

Para determinar la factibilidad financiera del proyecto se tienen que proyectar los ingresos, costos y gastos en los cuales se tendrá que incurrir para su funcionamiento. La evaluación financiera nos permitirá visualizar si el proyecto es viable y económicamente rentable, y para ello analizaremos:

- VAN – Valor Actual Neto.
- TIR – Tasa Interna de Retorno
- B/C Relación Costo Beneficio
- Período de Recuperación de Capital

Tabla 17. Estado de Situación Inicial

ACTIVOS		PASIVO	
Activo Corriente	81.447,90	Pasivo Corriente	0,00
Efectivo	3.000,00	Préstamos Bancarios	0,00
Bancos	78.447,90	TOTAL PASIVO	0,00
Activos Fijos	663.441,90		
Muebles y Enseres	22.190,00		
Equipo de Computación	4.565,00		
Equipo de Oficina	980,00		
Edificios	482.987,10		
Terreno	152.719,80	PATRIMONIO	752.719,80
Activos Diferidos	7.830,00	Capital Social	752.719,80
Gastos de Constitución	2.800,00	TOTAL PATRIMONIO	752.719,80
Publicidad Prepagada	5.030,00		
TOTAL ACTIVOS	752.719,80	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	752.719,80

Nota: Elaborado por el Autor.

En el informe de Rendición de Cuentas del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guachapala, del año 2017, aproximadamente 2000 personas en promedio visitaron el Parque Acuático de manera mensual, siendo estos los últimos datos publicados, hasta la fecha.

En cuanto al flujo de visitantes que recibe el Parque Acuático Planeta Azul, en una entrevista que fue realizada en una revista digital llamada *Gualaceo: Crecimiento y Turismo*, en el año 2017, al Ing. José Cano, Jefe del Departamento de Marketing, dio a conocer que durante ese año habían recibido cerca de 120.000 visitantes, lo que en promedio mensual equivalen a 10.000 personas.

En base a estos datos hemos decido calcular un promedio de 960 personas al mes y 11.520 al año, para proyectarnos en un 5% de crecimiento, como meta posible, medible y alcanzable.

A continuación, se elaboró una tabla con la estimación de turistas que se espera lleguen al parque acuático inclusivo durante los días viernes, sábado y domingo, siendo éste el horario normal de funcionamiento y en consideración de ser éstas las jornadas de más concurrencia de visitantes,

tomando en cuenta que la capacidad instalada del proyecto es de 300 personas por día, se estima una tasa de crecimiento del 5% para el cálculo de los ingresos proyectados:

Tabla 18. Proyección de afluencia anual de clientes

Detalle	Cantidad de Personas				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Adultos	11.520	12.096	12.701	13.336	14.003
Adultos con discapacidad	2.304	2.419	2.540	2.667	2.801
Niños	17.280	18.144	19.051	20.004	21.004
Niños con discapacidad	5.184	5.443	5.715	6.001	6.301
Adulto Mayor	5.760	6.048	6.350	6.668	7.001
Adulto Mayor con discap	1.152	1.210	1.270	1.334	1.400
Total Clientes Anual	43.200	45.360	47.628	50.009	52.510

Nota: Elaborado por el Autor.

En las siguientes tablas se pueden evidenciar los ingresos que se prevé obtener por la venta de entradas al Parque Acuático Inclusivo, y otros ingresos provenientes de actividades adicionales:

Tabla 19. Ingresos por venta de entradas

Detalle	Valor de Entrada	Ingresos por Venta de Entradas				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Adultos	\$ 7,50	86.400	90.720	95.256	100.019	105.020
Adultos con discapacidad	\$ 3,75	8.640	9.072	9.526	10.002	10.502
Niños	\$ 6,00	103.680	108.864	114.307	120.023	126.024
Niños con discapacidad	\$ 3,00	15.552	16.330	17.146	18.003	18.904
Adulto Mayor	\$ 4,50	25.920	27.216	28.577	30.006	31.506
Adulto Mayor con discapacid.	\$ 2,25	2.592	2.722	2.858	3.001	3.151
Total Clientes Anual		242.784	254.923	267.669	281.053	295.105

Nota: Elaborado por el Autor.

Tabla 20. Otros Ingresos

Venta de Souvenirs, Accesorios y Cuidado Personal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Camisetas	2.016,00	2.116,80	2.222,64	2.333,77	2.450,46
Gorras	1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33
Toallas	4.320,00	4.536,00	4.762,80	5.000,94	5.250,99
Trajes de Baño	2.880,00	3.024,00	3.175,20	3.333,96	3.500,66
Gorros de baño	864,00	907,20	952,56	1.000,19	1.050,20
Gafas para piscina	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Sandalias	4.320,00	4.536,00	4.762,80	5.000,94	5.250,99
Sombreros para adultos	4.320,00	4.536,00	4.762,80	5.000,94	5.250,99
Sombreros para niños	4.320,00	4.536,00	4.762,80	5.000,94	5.250,99
Flotadores para niños	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
Flotadores (piña, helado, donas, etc)	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
Gafas de sol	2.880,00	3.024,00	3.175,20	3.333,96	3.500,66
Forros impermeables p/celular	1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33
Bloqueador solar	21.600,00	22.680,00	23.814,00	25.004,70	26.254,94
Repelente contra insectos	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
Llaveros	576,00	604,80	635,04	666,79	700,13
Peluches	5.760,00	6.048,00	6.350,40	6.667,92	7.001,32
Bolsos playeros	2.016,00	2.116,80	2.222,64	2.333,77	2.450,46
Jarros	1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33
Tomatodos	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
Total Ingresos S - A - CP	92.592,00	97.221,60	102.082,68	107.186,81	112.546,15

Alimentación y Bebidas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua embotellada	43.200,00	45.360,00	47.628,00	50.009,40	52.509,87
Helados	64.800,00	68.040,00	71.442,00	75.014,10	78.764,81
Jugos en botella	30.240,00	31.752,00	33.339,60	35.006,58	36.756,91
Snaks varios	11.880,00	12.474,00	13.097,70	13.752,59	14.440,21
Granizados	14.400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
Total Ingresos Alim.y Bebidas	164.520,00	172.746,00	181.383,30	190.452,47	199.975,09

Alquiler de eventos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Familiares	28.800,00	30.240,00	31.752,00	33.339,60	35.006,58
Corporativos /Institucionales	38.400,00	40.320,00	42.336,00	44.452,80	46.675,44
Total Ingresos Eventos	67.200,00	70.560,00	74.088,00	77.792,40	81.682,02

Nota: Elaborado por el Autor.

Tabla 21. Proyección de Ingresos Totales

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta de Entradas	242.784	254.923	267.669	281.053	295.105
Venta de Souvenirs,Acces y Cuid.	92.592	97.222	102.083	107.187	112.546
Venta Alimentos y Bebidas	164.520	172.746	181.383	190.452	199.975
Alquiler de Eventos	67.200	70.560	74.088	77.792	81.682
Total Ingresos	567.096	595.451	625.223	656.485	689.309

Nota: Elaborado por el Autor.

Tabla 22. Proyección de Gastos y Costos

Detalle de Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Operativos					
Sueldos y Salarios	55.768,32	56.326,00	56.889,26	57.458,16	58.032,74
Provisiones Sociales	16.300,72	16.463,73	16.628,36	16.794,65	16.962,59
Insumos de Limpieza	3.600,00	3.636,00	3.672,36	3.709,08	3.746,17
Energía Eléctrica	1.440,00	1.454,40	1.468,94	1.483,63	1.498,47
Agua	7.200,00	7.272,00	7.344,72	7.418,17	7.492,35
Teléfono	5.400,00	5.454,00	5.508,54	5.563,63	5.619,26
Internet	1.440,00	1.454,40	1.468,94	1.483,63	1.498,47
Útiles de Oficina	1.800,00	1.818,00	1.836,18	1.854,54	1.873,09
Depreciación	27.988,02	27.988,02	27.988,02	26.466,36	26.466,36
Amortización	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
Mantenimiento	1.800,00	1.818,00	1.836,18	1.854,54	1.873,09
Gastos Publicidad					
Publicidad	4.500,00	4.545,00	4.590,45	4.636,35	4.682,72
Total Gastos	127.797,06	128.789,55	129.791,97	129.282,74	130.305,30

Detalle de Costos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Variables					
Costos Souvenirs, Acces y Cuidado Pers.	37.037	38.889	40.833	42.875	45.018
Costos Alimentos y Bebidas	65.808	69.098	72.553	76.181	79.990
Total Costos Varib.	102.845	107.987	113.386	119.056	125.008

Nota: Elaborado por el Autor.

Tabla 23. Flujo de Caja Proyectado

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Venta de Entradas		242.784	254.923	267.669	281.053	295.105
Venta de Souvenirs, Acces.y Cuidad.		92.592	97.222	102.083	107.187	112.546
Venta de Alimentos y Bebidas		164.520	172.746	181.383	190.452	199.975
Alquiler de Eventos		67.200	70.560	74.088	77.792	81.682
Total Ingresos		567.096	595.451	625.223	656.485	689.309
Costos Variables						
Costos Souvenirs, Acces y Cuid		37.037	38.889	40.833	42.875	45.018
Costos Alimentos y Bebidas		65.808	69.098	72.553	76.181	79.990
Total Costos Variables		102.845	107.987	113.386	119.056	125.008
Margen Bruto		464.251	487.464	511.837	537.429	564.300
Gastos Administrativos						
Sueldos y Salarios		55.768,32	56.326,00	56.889,26	57.458,16	58.032,74
Provisiones Sociales		16.300,72	16.463,73	16.628,36	16.794,65	16.962,59
Insumos de Limpieza		3.600,00	3.636,00	3.672,36	3.709,08	3.746,17
Energía Eléctrica		1.440,00	1.454,40	1.468,94	1.483,63	1.498,47
Agua		7.200,00	7.272,00	7.344,72	7.418,17	7.492,35
Teléfono		5.400,00	5.454,00	5.508,54	5.563,63	5.619,26
Internet		1.440,00	1.454,40	1.468,94	1.483,63	1.498,47
Útiles de Oficina		1.800,00	1.818,00	1.836,18	1.854,54	1.873,09
Mantenimiento		1.800,00	1.818,00	1.836,18	1.854,54	1.873,09
Depreciación		27.988,02	27.988,02	27.988,02	26.466,36	26.466,36
Amortización		560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
Publicidad		4.500,00	4.545,00	4.590,45	4.636,35	4.682,72
Total Gastos		127.797,06	128.789,55	129.791,97	129.282,74	130.305,30
Utilidad antes Particp.Trabajadores		336.454,14	358.674,21	382.044,98	408.146,06	433.994,93
15% Particip.Trabajadores		50.468,12	53.801,13	57.306,75	61.221,91	65.099,24
Utilidad antes Imp Renta		285.986,02	304.873,08	324.738,23	346.924,15	368.895,69
25% Imp a la Renta		71.496,50	76.218,27	81.184,56	86.731,04	92.223,92
UTILIDAD NETA		214.489,51	228.654,81	243.553,68	260.193,11	276.671,77
Inversión Inicial	518.552,10					
Valor de Salvamento		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciación		27.988,02	27.988,02	27.988,02	26.466,36	26.466,36
Amortización		560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
Flujo de Caja	-518.552,10	243.037,53	257.202,83	272.101,70	287.219,47	303.698,12
Flujo de Caja Acumulado		-275.514,57	-18.311,74	253.789,96	541.009,43	844.707,55

Nota: Elaborado por el Autor.

Tabla 24. Indicadores de Evaluación Financiera

TIR	42%
VAN	452.022,47
Período de Recuperación	3
B/C	1,87

Nota: Elaborado por el Autor.

Los Resultados de los estudios técnico, económicos y financieros, al igual que los indicadores de rentabilidad, recuperación de inversión, VAN Y TIR, podemos emitir un criterio favorable ya que todos los resultados, de los indicadores ya antes mencionados, demuestran la factibilidad de la inversión, por lo que recomendamos la puesta en marcha del proyecto, debido a que se tiene una recuperación de la inversión a partir del tercer año y con una B/C de 1,87, respaldada por una TIR del 42% y un VAN positivo de \$ 452.022,47, una buena calificación, teniendo así una recuperación de la inversión estable y una rentabilidad que permite que sea atractivo para el grupo de inversionistas.

5. PROPUESTA ESTRATÉGICA DE LANZAMIENTO DE NUEVO PRODUCTO

5.1 Plan de marketing

5.1.1 Idea de Negocio

El presente proyecto propone la creación de Aqua Park, una empresa que promueve la diversión en agua sin barreras, con el objetivo de que las atracciones y sus instalaciones puedan ser utilizadas por personas con y sin discapacidad al igual que sus familias y que puedan disfrutar en un ambiente seguro y agradable.

Es por esta situación que se plantea y se prevé desarrollar una estrategia de marketing que actúe en dos enfoques, uno social que permita visualizar y sensibilizar la realidad de la discapacidad en espacios de ocio, y el segundo un enfoque comercial para posicionar la marca.

5.1.2 Objetivos

Como se enunció, debido al desarrollo de una estrategia enfocada en dos aspectos, también se hemos planteado objetivos tanto para el ámbito social como comercial.

La estrategia de marketing social estará orientada a los siguientes objetivos:

General:

- Sensibilizar sobre la situación actual que viven las personas con discapacidad y sus familias en lo que se refiere a diversión en espacios de ocio.

Específico:

- Crear demanda social del parque acuático y sus instalaciones adaptadas para el disfrute de las personas con discapacidad y sus familias.

La estrategia de marketing comercial estará enfocada en los objetivos a continuación descritos:

General:

- Establecer el parque acuático como destino turístico tanto a nivel local como nacional.

Específico:

- Posicionar al parque acuático como empresa líder inclusiva tanto en el sector turístico como en el ámbito de ocio familiar.

5.1.3 Estrategia de Marketing:

La estrategia de marketing se basará en:

- Sensibilización
- Posicionamiento
- Precio
- Servicio/Producto

Sensibilización

Aqua Park establece lineamientos que serán puestos en marcha a través de las redes sociales con mayor afluencia de usuarios, estas son: Facebook, Twitter e Instagram.

Se realizarán reportajes cortos y entrevistas, las cuales serán lanzadas a los canales virtuales, para dar a conocer y ser la voz de las experiencias de las personas con discapacidad, sus padres y/o familiares, acerca de su realidad en entornos de esparcimiento y ocio.

No utilizaremos el término discapacidad como parte de la estrategia de marketing, sino que el Parque Acuático Inclusivo promoverá el trato digno y la inclusión a través de actividades recreativas y educativas, ya que al ingresar los clientes a las instalaciones del parque, serán direccionados en grupos, a un espacio donde se les brindará psico-educación, mediante la práctica de sencillas pero divertidas actividades lúdicas que serán orientadas a eliminar el estigma contra la discapacidad, motivando al uso de lenguaje positivo y agradecerles por formar parte de una aventura acuática inclusiva, empoderándolos a que sigan siendo parte activa del mundo inclusivo.

Posicionamiento

Para posicionar de manera efectiva al parque acuático inclusivo, la empresa se enfocará a la inclusión, la participación y demanda social, lo que se pretende es lograr una vinculación directa

entre la marca y estos valores. Las acciones que se llevarán a cabo para alcanzar dicha conexión, serán las siguientes:

- Desarrollo de herramientas virtuales que promuevan la interacción con los clientes, siendo los mismos usuarios quienes monitoricen las instalaciones y los espacios del parque con la finalidad de generar un espacio vivo de intervención, sugerencias o demanda de servicios.
- Apertura de una página de Facebook corporativa como medio para transmitir contenido en base a los valores de la empresa y su relación con la marca.
- Crear una cuenta en Twitter corporativo para la transmisión del contenido desarrollado sobre la interacción de los valores institucionales con nuestros clientes.

Precio

Con las campañas publicitarias a través de los canales virtuales, lo que se pretende destacar es:

- Que el valor de acceso a las instalaciones es cómodo y competitivo en comparación con los servicios de la competencia existente en el sector.
- La relación costo – beneficio existente entre el valor de la entrada y los beneficios de disfrutar de las instalaciones.

Servicio/Productos

La estrategia de marketing pretende captar clientes al demostrarle al mercado una nueva alternativa de diversión, esta propuesta presenta juegos acuáticos dinámicos con profundidad cero, y con diversos elementos que buscan brindar un espacio donde el juego se desarrolla de manera segura, haciendo de esta una nueva experiencia en la cual se interactúe con el agua, familia y amigos

promoviendo el desarrollo psicomotriz, y apostando al ocio de una forma inclusiva, creativa y sostenible para conseguir un mayor nivel de diferenciación.

- Generar vivencias donde la interacción entre los usuarios y el juego sea el puente para descubrir nuevas experiencias a través del ocio y la diversión, el objetivo lograr que ellos nos prefieran, por mejorar y superar sus experiencias adquiridas con la competencia, al ofrecerles instalaciones innovadoras, interactivas y seguras.
- Complementamos los servicios existentes en Aqua Park con un proceso de adaptación y animación con lo cual se prevé ofrecer a los clientes un entorno social agradable e inclusivo, sin discriminación y ofreciendo un lugar mágico y familiar.
- De igual manera se dará a conocer la política de descuentos lo que por lógica estará en función de la cantidad de grupos que arriben al parque acuático.
- Se planearán jornadas de capacitación en atención y servicio al cliente para brindar un servicio de calidad.
- Creación de un buzón de sugerencias para conocer de primera mano los comentarios y sugerencias de los clientes, y mejorar donde se detecten posibles debilidades.
- El Parque Acuático Inclusivo se compromete a ser una empresa responsable con el medio ambiente por lo que buscará alianzas con organizaciones como ISABA Projects, que manejen un sistema óptimo para el uso adecuado del agua de todas las instalaciones.
- Implementación de sillas de ruedas impermeables para que las personas con discapacidad puedan acceder a las áreas con piscinas de agua nivel cero, con la finalidad de que puedan divertirse de una manera segura.

Al ser el turismo un sector que genera muchas fuentes de empleo, se ha convertido en un importante motor de la economía nacional por lo que forma parte del Plan de Desarrollo Toda una Vida 2017 – 2021 que impulsa el Gobierno Nacional, debido a ser considerado como un pilar fundamental en la reactivación económica, para la atracción de la inversión tanto nacional como extranjera, es por ello que el turismo se ubica en el tercer lugar en las exportaciones no petroleras según las cifras que dio a conocer el Banco Central del Ecuador.

La innovación en el sector turístico es lo que nos ha motivado al desarrollo de esta idea de negocio, para ello hemos prestado más atención a una problemática que ha sido tomada en cuenta en los últimos años con la finalidad de para proponer soluciones. Nuestro proyecto apunta a la innovación basándonos en las siguientes razones:

- Mejorar el trato al cliente al presentarle nuestros espacios acuáticos sin barreras lo que permite agregar valor a la propuesta.
- Al ser un entorno diferente a los existentes actualmente en el mercado, nos presentamos como un rival fuerte para la competencia debido a la diferenciación que ofrecen nuestros juegos y elementos acuáticos.
- Utilizaremos redes sociales, internet y tecnología para brindar a los turistas nuevas formas de enlazarse con nuestra empresa para que seamos considerados como destino atractivo al momento planificar sus viajes o vacaciones.
- Nuestro enfoque turístico se basa en ejes importantes como la inclusión social, la no discriminación, el bienestar social, la responsabilidad ambiental mediante la conservación y el correcto uso de los recursos naturales disponibles.

6. CONCLUSIONES

El desarrollo de esta propuesta de proyecto de desarrollo se realizó en base a una investigación y pensando siempre en todos los usuarios del parque acuático, sin discriminación alguna, ya que ellos van a ser quienes den vida a este proyecto y disfruten de cada espacio pensado y diseñado por y para ellos. La implementación de áreas inclusivas ayudará a que las personas con y sin discapacidad mejoren su calidad de vida, a esto se suma los beneficios de disfrutar de un ambiente seguro y amigable.

7. RECOMENDACIONES

- Realizar evaluaciones financieras cada año, para verificar que el cumplimiento de objetivos.
- Una vez implantado el Parque Acuático es necesario un plan de mantenimiento de los equipos para las personas con discapacidad, el cual se lo realizará cada 6 meses para su cuidado y óptimo funcionamiento.
- Realizar capacitación al personal en atención al cliente, ya que es una de las prioridades de parque el que se brinde un servicio de calidad a todos los clientes.
- Revisión y mantenimiento cada año de las piscinas del parque acuático.
- Abono y cuidado del espacio verde.
- Limpieza diaria del parque acuático, para brindar una buena imagen a nuestros visitantes.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M., (2014), *Metodología de la Investigación (6 ed.)*.

México, México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Bernal, C. (2010), *Metodología de la Investigación (3 ed.)*. Bogotá, Colombia: Pearson Educación.

Flórez Uribe, J.A. (2017). *Proyectos de Inversión para las PYME*. Recuperado de:

<https://www.ecoediciones.com/wpcontent/uploads/2017/09/Proyectos-de-inversi%C3%B3n-para-PyME-4taEdici%C3%B3n.pdf>

Ballester, D. et al (2014). *Cómo crear tu empresa: Idea, plan de proyecto y consejos para emprendedores*. Recuperado de

<https://www.contunegocio.es/wp-content/uploads/2014/01/ebookemprendedores.pdf>

Universidad Miguel Hernández de Elche. (2002). *Manual para la Creación de Empresas por Universitarios*. Recuperado de

<http://observatorio.umh.es/files/2011/06/2002-manual-para-la-creacion-deempresas-por-universitarios.pdf>

El primer parque acuático para personas con discapacidades es ya una realidad y nos encanta. (21

de junio de 2017). Recuperado de <https://lavozdelmuro.net/el-primer-parque-acuatico-para-personas-condiscapacidades-es-ya-una-realidad-y-nos-encanta/>

Solís, D. et al (2013). *Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y Sostenibilidad Social*.

Recuperado de: <https://animacionsociocultural2013.files.wordpress.com/2013/05/turismocomunitario-en-ecuador.pdf>

Bedoya, N. (2018). *Gestión Estratégica. Cuadro de Mando Integral (Experto: Nicolás Bedoya)*.

Recuperado de: <https://www.escuelaeuropeaexcelencia.com/2018/02/gestion-estrategica-cuadro-de-mando-integral/>

Roncancio, G. (2019). *Cuadro de Mando Integral: ¿Quiénes lo usan? Ejemplos*. Recuperado de:

<https://gestion.pensemos.com/cuadro-de-mando-integral-quienes-lo-usan-ejemplos>

Martínez, F. (2017). *El Cuadro de mando integral como herramienta de gestión*. Recuperado

de: <https://www.gestiopolis.com/el-cuadro-de-mando-integral-como-herramienta-de-gestion/>

Berenguer, J. (2017). *Como implementar correctamente un cuadro de mando integral*. Recuperado

de : <https://prevenblog.com/como-implementar-un-cuadro-de-mando-integral/>

Martín, J. (2019). *¿Qué es y para qué sirve un cuadro de mando integral o “balanced scorecard”?*

Recuperado de: <https://www.unir.net/empresa/desarrollo-directivo/liderazgo/que-es-y-para-que-sirve-un-cuadro-de-mando-integral-o-balanced-scorecard/>

García, N. (2019). *¿Qué es el cuadro de mando integral y por qué tener uno?* Recuperado de:

<https://www.grownowng.com/el-cuadro-de-mando-integral/>

Ecuador en Cifras. (2010). *Resultados del Censo 2010 de Población y Vivienda en el Ecuador*.

Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manulateral/Resultados-provinciales/azuay.pdf>

Ecuador en Cifras. (2011). *Avances del Censo Nacional Económico y Mecanismos de difusión*.

Recuperado

de:http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wpcontent/descargas/Presentaciones/resultados_generales_censo_economico.pdf

Ministerio de Turismo. (2015). *Turismo en Cifras*. Recuperado de:
<https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-cifras#tz->

CONADIS – Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades. (2019). *Estadísticas de Discapacidad*. Recuperado de: <https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/estadisticas-de-discapacidad/>

Arrieta, R. (2008). *Discapacidad y justicia desde la propuesta de Amartya Sen*. Recuperado de:
<http://iusconstifil.blogspot.com/2008/11/discapacidad-yjusticia-desde-la.html>

Rocío, C. (2010). Gestión de Talento Humano. *Balanced Scorecard*. Recuperado de:
<http://gestiondeltalentohumano.blogspot.com/2010/10/balanced-scorecard.html>

García, I. (15 de diciembre de 2017). *¿Para qué sirve un organigrama?*. *Emprendepyme*.
Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/para-que-sirve-un-organigrama.html#:~:text=Los%20organigramas%20son%20diagramas%20que,relaciones%20que%20hay%20entre%20ellos.>

Retos Directivos. (10 de abril de 2015), *Ventajas del Modelo Lean Canvas*. EAE Business School.
Recuperado de: <https://retos-directivos.eae.es/ventajas-del-modelo-lean-canvas/>

Osterwalder, A, & Pigneur, Y., (2011), *Generación de Modelos de Negocio*. Recuperado de:
https://issuu.com/kfragozo/docs/generacion_de_modelos_de_negocio_-

Gómez, D. (2014). *El arte de la diferenciación*. Recuperado de: <https://bienpensado.com/el-arte-de-la-diferenciacion/>

Puigdollers, M. (2019). *Estrategia de diferenciación comercial: ¿cuáles son sus 4 tipos?*
Recuperado de: <https://blog.enzymeadvisinggroup.com/estrategia-de-diferenciacion#:~:text=Una%20estrategia%20de%20diferenciaci%C3%B3n%20consiste,la%20fidelidad%20de%20sus%20clientes.>

Sánchez, L. (2019). *La Ventaja Competitiva*. Recuperado de : <https://www.emprendepyme.net/la-ventaja-competitiva.html>

Riquelme, M. (2018). *¿Cuál es la Estrategia de Diferenciación?* Recuperado de: <https://www.webyempresas.com/estrategia-de-diferenciacion/>

Manene, L. (2013). *Estrategias empresariales: Tipología, características y uso*. Recuperado de: <http://www.luismiguelmanene.com/2013/05/31/estrategias-empresariales-tipologia-caracteristicas-y-uso/>

Manene, L. (2015). *Plan estratégico: Estrategia competitiva y proceso de planificación (1ª parte)*.
Recuperado de: <http://actualidadempresa.com/plan-estrategico-estrategia-competitiva-y-proceso-de-planificacion-1aparte/>

Manene, L. (2017). *Metodología sistémica para un proceso estratégico empresarial*. Recuperado de: <http://actualidadempresa.com/metodologia-sistemica-proceso-estrategico-empresarial/>

Del Corral, L. (2017), *Qué es un plan de Marketing, para qué sirve y cómo hacerlo en una hoja*.
Estrategia B2B. Recuperado de: <https://leticiaadelcorral.com/plan-de-marketing-en-1-hoja/>

Pérez, M. (2019). *Qué es un plan de marketing digital y cómo se hace*. Recuperado de:

<https://www.iebschool.com/blog/plan-de-marketing-digital/>

Fuente, O. (2017). *Cómo crear un buen Plan de Marketing con Objetivos Smart*. Recuperado de:

<https://www.iebschool.com/blog/objetivos-smart-marketing-estrategico/>

Minarro, M. (14 de mayo de 2020), *Plan de Marketing: qué es y cómo hacer uno paso a paso*.

Recuperado de : <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>

Watch&Act. (2018). *Innovación y estrategia de crecimiento empresarial*. Recuperado de:

<https://watchandact.eu/blog/innovacion-estrategia-crecimiento-empresarial/>

Conexión ESAN. (2016). *Estrategia e innovación en la empresa*. Recuperado de:

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/09/estrategia-e-innovacion-en-la-empresa/>

Adding Plus. (2020). *La innovación, estrategia indispensable en el crecimiento empresarial*.

Recuperado de: <https://www.adding-plus.com/blog/innovacion-estrategia-empresarial/>

Alba, O. (2019). *Cultura de la Innovación y estrategias empresariales*. Recuperado de:

<http://hdl.handle.net/20.500.11839/7273>

Firavitova, L. (2019). *Aporte de la innovación en la sostenibilidad de la mediana empresa*.

Recuperado de: <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/32794>

Canizales, L. (2020). *Elementos clave de la innovación empresarial. Una revisión desde las tendencias contemporáneas*. Recuperado de:

<http://www.revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/78>

Huertas, A. (2018). *Tipos de Estrategias Empresariales*. Recuperado de:
<https://www.fiteco.es/estrategias-empresariales/>

Abarza, F. (2019). *Tipos de estrategias empresariales: mejorar la cadena de suministro*.
Recuperado de: <https://www.beetrack.com/es/blog/tipos-de-estrategias-empresariales>

Rebato, C. (2020). *Qué es una estrategia empresarial y cuál es su importancia en una organización*. Recuperado de: <https://empresas.blogthinkbig.com/estrategias-empresariales/>

Roncancio, G. (2020). *¿Cuáles son los tipos de Estrategia?* Recuperado de:
<https://gestion.pensemos.com/tipos-de-estrategia>

Moya, M. (2016). *Estrategia: Calidad de Servicio*. Recuperado de:
<https://www.revistalogistec.com/index.php/scm/estrategia-logistica/item/2278-estrategia-calidad-de-servicio>

Melara, M. (2017). *La relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente*. Recuperado de:
<https://marlonmelara.com/la-relacion-entre-calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente/>

Botey, P. (2020). *Las 4P del marketing que debes conocer*. Recuperado de:
<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer#:~:text=Producto%2C%20precio%2C%20punto%20de%20venta,concepto%20de%20marketing%20en%201960.>

Villacampa, O. (2018). *Qué son las 4P del marketing, cómo aplicarlas y ejemplos*. Recuperado de:
<https://www.ondho.com/que-son-4-p-marketing-como-aplicarlas-ejemplos/>

- Borragni, H. (2020). *Mezcla de mercadotecnia: conoce las 4P's del marketing y sus aplicaciones a los negocios*. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/>
- Acibeiro, M. (2019). *Las 4P del marketing: qué son y para qué sirven*. Recuperado de: <https://es.godaddy.com/blog/las-4-p-del-marketing-que-son-y-para-que-sirven/>
- Berenstein, M. (2017). *Innovar para emprender con éxito*. Recuperado de: <https://emprendedoresnews.com/emprendedores/innovar-para-emprender-con-exito.html>
- Molina, N. (2014). *Diseño de un manual de Procedimientos hoteleros para hosterías: Caso de estudio Provincia del Azuay*. Tesis de Pregrado. Universidad del Azuay. Cuenca.
Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/4038/1/10637.pdf>

9. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta

1°	Edad de la persona con discapacidad:	(años)
2°	Tipo de Discapacidad:	Física (). Sensorial (). Motriz (). Mental (). Múltiple (). Otras ()
3°	Conoce Ud., si en la provincia del Azuay existe un espacio recreativo que sea inclusivo.	Si () No ()
4°	¿Tiene conocimiento de algún parque acuático recreativo con equipos que puedan ayudar para la diversión de personas con discapacidad?	Si () No ()
5°	¿Conoce el Valle de Yunguilla, del Cantón Santa Isabel?	Si () No ()
6°	¿Le gustaría que se creara un parque acuático inclusivo, en el Valle de Yunguilla, en el Cantón Santa Isabel?	Si () No ()
7°	¿Asistiría a este proyecto recreacional inclusivo?	Si () No ()
8°	¿Con que frecuencia asistiría a este espacio recreacional inclusivo?	Semanalmente (). Quincenalmente (). Mensualmente (). Anualmente ()

9°	¿Posee vehículo para trasladarse y movilizarse?	Si ()	No ()
10°	¿Dentro de qué rango se encuentra la calificación obtenida en la Ficha Socioeconómica realizada por el MSP?	0 a 5 ()	6 a 10 () 11 a 15 ()

Nota: Elaborado por el Autor.