

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

ÁREA CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL



“Estudio de Factibilidad para el Diseño e Implementación de un Parque Ecológico y Recreativo en la Ciudad de Cobija”

PROYECTO DE GRADO

Presentado por: Maria Joaquina Vedia Chambi

Para optar el título de Licenciatura en Ingeniería Comercial

Tutor: Ing. Co. Mónica Yaneth Cadena Vaca

PANDO - BOLIVIA

2017

Ing. Ludwing Arcienega Baptista

RECTOR DE UNIVERSIDAD AMAZONICA DE PANDO

Lic. José Luis Segovia Saucedo

VICE – RECTOR UNIVERSIDAD AMAZONICA DE PANDO

Lic. David Ferdinando Franco Pedraza

DIRECTOR DE AREA DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS

Ing. Co. Mónica Yaneth Cadena Vaca

COORDINADORA DEL CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

***“Estudio de Factibilidad para el Diseño e Implementación
de un Parque Ecológico y Recreativo en la Ciudad de
Cobija”***

DEDICATORIA

*Al Señor Jesucristo Dios y Padre eterno,
que me dio la sabiduría e inteligencia para
culminar esta etapa en mi vida.*

*A mi Madre por brindarme su apoyo
incondicional, espiritual, moral y
económico para la culminación de mi
carrera y ser un verdadero ejemplo de
honestidad y constancia a lo largo de mi
vida, la fuerza que me impulsa para
alcanzar mis metas.*

AGRADECIMIENTO

Al Señor Jesucristo, la gloria sea a Él por los siglos de los siglos Amén.

A mi madre Cristina Chambi, porque siempre me ha acompañado en todo momento de manera incondicional y me ayudo a solucionar mis problemas con sus buenos y sabios consejos, para ella mi perdurable gratitud y cariño.

A la Universidad Amazónica de Pando y de manera especial a todo el personal docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras por la formación académica brindada.

A su vez mi profunda gratitud a la Ing. Comercial. . Mónica Yaneth Cadena Vaca por su tiempo y guía en el desarrollo del presente trabajo. Una persona digna de admiración por su entrega, dedicación y amor a la Docencia.

A todos aquellos amigos y familiares que directa o indirectamente me ayudaron en la culminación de este proyecto y me acompañaron en todo momento de mi vida estudiantil.

RESUMEN

Se ha planteado un diseño para posterior implementación de un Parque Ecológico y Recreativo para solventar las necesidades de descanso mental y físico, recreación y diversión, educación y concientización acerca de la Amazonia Pandina y los riesgos que corre hoy en día.

La investigación de mercado permitió determinar la existencia de una apreciable demanda insatisfecha referida a un lugar de recreación y diversión, y sobre todo la aceptación de las distintas características infraestructurales que poseerá, lo que permite aseverar que el proyecto es comercialmente viable.

El personal requerido está conformado en base a las necesidades en la atención al cliente, una gerencia, el contador, empleados de apoyo, auxiliares, biólogo - veterinario para labores de atención a las especies con las que cuente el Parque Ecológico y Recreativo.

La inversión requerida alcanza los 6.871.526 Bolivianos de los cuales 73% corresponde a activos fijos y activos diferidos y el 27% a capital de trabajo. La inversión del proyecto se financiará con aporte capital propio de la empresa y con financiamiento bancario por lo que se debe recurrir al financiamiento externo.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) de este proyecto sin financiamiento fue de **17,21%** y Los valores del VAN es de **1.981.589,38** Bolivianos, esto permite apreciar la viabilidad financiera del proyecto.

El proyecto es muy sensible a la variación del número de asistentes, por lo que se recomienda aplicar las diferentes estrategias de marketing para promocionar el Parque y los atractivos que posee, que se desarrollarán a fin de captar el mayor número de asistentes posibles.

ABSTRACT

The creation of an Ecological and Recreational Park has been proposed to solve the needs of mental and physical rest, recreation and amusement, education and awareness about the Amazonian society and the risks it faces today.

The market research allowed to determine the existence of an appreciable unsatisfied demand related to a place of recreation and entertainment, and above all the acceptance of the different infrastructural characteristics that it will possess, which allows to assert that the project is commercially viable.

The personnel required is based on the needs in customer service, a management, the accountant, support staff, assistants, biologist - veterinarian for work to care for the species that have the Recreational Ecological Park. The required investment reaches 6,871,526 Bolivianos, of which 73% corresponds to fixed assets and deferred assets and 27% to working capital. The investment of the project will be financed with the company's own capital contribution and with bank financing, for which reason external financing should be used.

The Internal Rate of Return (IRR) of this project without financing was 17.21% and the values of the NPV is 1,981,589.38 Bolivianos, this allows to appreciate the financial viability of the project.

The project is very sensitive to the variation in the number of attendees, so it is recommended to apply the different marketing strategies to promote the Park and the attractions it has, which will be developed in order to attract as many attendees as possible.

ÍNDICE

CAPÍTULO I	
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Introduccion.....	1
1.2. Título del Proyecto	2
1.3. Naturaleza del Proyecto Definición del Problema.....	2
1.4. Grupo o Región beneficiaria.....	3
1.4.1. Beneficiarios directos	3
1.4.2. Beneficiarios indirectos	3
1.5. Referencia geográfica	4
1.5.1. Ubicación Geográfica.....	4
1.5.2. Extensión	5
1.6. Justificación Del Proyecto	7
1.6.1. Descripción Del Problema.....	7
1.6.2. Formulación del problema.....	8
1.6.3. Justificación.....	9
1.7. Objetivos de estudio	10
1.7.1. Objetivo General	10
1.7.2. Objetivos Específicos	10
CAPITULO II	
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
2.1. Marco Teórico	11
CAPÍTULO III	
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	22
3.1. Estudio De Mercado	22
3.1.1. Objetivos del Estudio de Mercado.....	22
3.2. Proceso De Investigación De Mercado.....	23
3.2.1. Diseño de la Investigación.....	23
3.2.1.1. Segmentación.....	23
3.2.1.2. Tamaño del Universo.....	24
3.2.1.3. Tamaño de la Muestra	25
3.2.2. Metodología de la Investigación.....	27
3.2.2.1. Definición de las Variables.....	28
3.2.2.2. Elaboración del Cuestionario.....	28
3.2.2.3. Contenido de las preguntas	28
3.2.2.4. Prueba Piloto.....	28
3.2.3. Recolección de la Información	29
3.2.4. Preparación y Análisis de Datos.....	29
3.2.5. Presentación de los Resultados.....	29
3.3. Definición del servicio.....	40
3.3.1. Marca del Servicio.....	40
3.3.2. Presentación del Servicio	40
3.3.3. Logotipo de identificación del Servicio.....	41
3.3.4. Slogan.....	42

3.4.	Análisis y Proyección de la Demanda	43
3.4.1.	Análisis de la demanda	43
3.4.2.	Proyección de la Demanda	45
3.5.	Análisis y Proyección de la Oferta	46
3.5.1.	Análisis de la oferta	46
3.5.2.	Proyección de la oferta	46
3.5.3.	Análisis de la Competencia	47
3.5.4.	Demanda Insatisfecha.....	48
3.6.	Comercialización	48
3.7.	Canal de Distribución	49
CAPÍTULO IV		
4.	ESTUDIO ESTRATÉGICO DEL PROYECTO	50
4.1.	Plan De Marketing.....	50
4.1.1.	Presentación y análisis de la industria	50
4.1.1.1.	La Competencia.....	50
4.1.1.2.	Diagnóstico Del Entorno	51
4.1.2.	Análisis PESTEL.....	51
4.1.3.	Análisis FODA	55
4.1.4.	Filosofía empresarial	58
	Visión	58
	Misión.....	58
	Principios.....	58
	Valores.....	59
4.1.5.	Estrategia Genérica.....	59
4.1.5.1.	Factores Claves de éxito de la Estrategia.....	60
4.1.6.	Propuesta de Valor para el Cliente	61
4.1.7.	Marketing Mix.....	62
4.1.7.1.	El Producto	63
4.1.7.2.	Marca	64
4.1.7.3.	Precio	64
4.1.7.4.	Promoción.....	65
4.1.7.5.	Publicidad.....	65
4.1.7.6.	Plaza.....	66
CAPITULO V		
5.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....	67
CAPITULO VI		
6.	ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO.....	70
6.1.	Tamaño y Localización.....	71
6.1.1.	Factores que determinan el tamaño	71
6.1.2.	Tamaño del Proyecto	73
6.1.3.	Diseño y estructura del proyecto	74
6.1.4.	Localización del Proyecto	75

6.2. Ingeniería Del Proyecto	76
6.2.1. Definir el servicio del proyecto	76
6.2.2. Diagrama del flujo del proceso del Servicio	77
6.2.3. Descripción del Proceso de Comercialización	78
6.2.4. Descripción del área del proyecto	79
6.3. Requerimientos	79
6.3.1. Edificaciones y distribución	80
6.3.2. Maquinarias y equipos.....	80
6.3.3. Insumos generales	81
6.3.4. Personal	82
6.3.4.1. Organigrama	82
6.3.4.2. Cuantificación y salarios del personal	83
6.3.4.3. Descripción de funciones.....	83
6.3.5. Muebles y Enseres.....	84
6.3.6. Estrategias de Promoción y comunicación.....	86
CAPITULO VII	
7. ESTUDIO FINANCIERO	88
7.1. Presupuestos De Inversión.....	89
7.2. Inversión Fija.....	89
7.3. Activos Intangibles	90
7.4. Capital de Trabajo.....	90
7.5. Inversión Total Requerida	91
7.6. Estructura del Financiamiento Requerida.....	92
7.7. Estudio Económico y Financiero.....	93
7.7.1. Costos E Ingresos	93
7.7.1.1. Costo Unitario De Producción.....	94
7.7.2. Ingresos Anuales Proyectados	95
7.7.3. Punto de Equilibrio.....	96
7.7.4. Estimación de Pérdidas y Ganancias Proyectadas.....	98
7.7.5. Estado de Flujo de Fondos Proyectado.....	99
7.7.5.1. Flujo Ajustado de Inversiones para la Evaluación Financiera.....	100
7.8. Evaluación del Proyecto.....	100
7.8.1. Evaluación Financiera	101
7.8.2. Valor Actual Neto (VAN)	102
7.8.3. Tasa Interna de Retorno T.I.R.	103
7.8.4. Relación Beneficio/Costo.....	105
CAPITULO VII	
CONCLUSIONES	107
RECOMENDACIONES	109

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población de Cobija agrupación por edades	3
Tabla 2 Organización Territorial del Municipio de Cobija.....	7
Tabla 1 Población Económicamente Activa	24
Tabla 4 Edad de los habitantes de Cobija	29
Tabla 5 Género.....	30
Tabla 6 Ingresos Económicos	31
Tabla 2 Lugares de diversión	32
Tabla 8 Nivel de aceptación sobre el servicio ofertado.....	33
Tabla 3 Precio preferente para el pago del servicio ofertado	34
Tabla 4 Días de la semana preferidos para la diversión	35
Tabla 11 Días de preferencia para visitar el Parque Ecológico Recreativ.....	36
Tabla 12 Expectativas de los clientes acerca del Parque Ecológico Recreativo	37
Tabla 13 Medios de comunicación preferida por la población de Cobija.....	38
Tabla 14 Compañía preferida para recrearse.....	39
Tabla 5 Proyección de Demanda.....	45
Tabla 16 Proyección de la Oferta.....	47
Tabla 6 Proyección de Demanda Insatisfecha.....	48
Tabla 18 Áreas del Parque Ecológico y Recreativo	75
Tabla 19 Edificaciones y Distribución	80
Tabla 20 Maquinarias Y Equipos.....	81
Tabla 7 Servicios Básicos	82
Tabla 22 Personal para el Parque Ecológico Recreativo.....	83
Tabla 23 Muebles y Enseres.....	85
Tabla 24 Medios de comunicación.....	86
Tabla 24 Presupuesto de Comercialización.....	87
Tabla 25 Presupuestos de Activos Fijos.....	89
Tabla 26 Inversión Diferida	90
Tabla 27 Capital de Trabajo	91
Tabla 28 Inversión Total Requerida.....	91
Tabla 29 Estructura del Financiamiento.....	92
Tabla 30 Plan de Pagos del Financiamiento.....	93
Tabla 31 Proyección de Costos Anuales	94
Tabla 32 Costo Unitario de Producción Anual	95
Tabla 33 Ingresos Anuales Proyectados.....	96
Tabla 34 Proyección del Punto de Equilibrio.....	98
Tabla 35 Proyección del Estado de Resultados.....	98
Tabla 36 Estado de Fondos Proyectado	99
Tabla 37 Flujo Neto Financiero	100
Tabla 38 Parámetros para la determinación de la Tasa Media de Atractividad (TMA)	101
Tabla 39 Relación Beneficio Costo.....	106

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Población de Cobija	4
Figura 2 Vista panorámica de Cobija	4
Figura 3 Referencia Geográfica	5
Figura 4 Vista satelital de Cobija	6
Figura 1 Segmentación.....	23
Figura 6 Métodos Investigación.....	27
Figura 7 Edad de los encuestados	29
Figura 8 Género.....	30
Figura 9 Ingresos Económicos	31
Figura 10 Lugares de diversión.....	32
Figura 11 Nivel de aceptación sobre el servicio ofertado	33
Figura 12 Precio preferente para el pago del servicio ofertado.....	34
Figura 13 Días de la semana preferidos para la diversión.....	35
Figura 14 Días de preferencia para visitar el Parque Ecológico Recreativo	36
Figura 15 Expectativas de los clientes acerca del Parque Ecológico Recreativo.....	37
Figura 16 Medios de comunicación preferida por la población de Cobija.....	38
Figura 17 Compañía preferida para recrearse	39
Figura 2 Descripción de LOGOTIPO	43
Figura 3 Análisis PESTEL.....	55
Figura 20 Factores Claves de Éxito.....	61
Figura 21 Marketing Mix	62
Figura 22 Servicios dentro del Parque ecológico y recreativo	76
Figura 23 Diagrama de flujo del proceso del servicio.....	77
Figura 23 Organigrama del Personal.....	82

ANTECEDENTES

La Región Amazónica Boliviana es: aquella área del país, en la cual de manera natural y silvestre se da el árbol de la goma y la castaña y está constituida por selvas en las cuales se practica la selvicultura extractivista como medio de vida.

El departamento de Pando que cuenta con una superficie de 63.827 km² y representa solamente el 5,8% del territorio nacional. Biológicamente está considerado como territorio “mega diverso” por la gran variedad tanto de flora como de fauna que posee. Los bosques de tierras firmes son dominados por plantas de castaña, siringa, palmares y árboles de finas maderas como la mara, roble, cedro, palo maría entre otras muchas y algunas especies que son aún desconocidas para la ciencia, asociados a estos tupidos montes viven una gran diversidad de animales, los grandes mamíferos, en particular primates, aves que son predominantes y los ríos contienen ricas comunidades de peces.

Ecológicamente el departamento de Pando es una muestra abierta de la biodiversidad que posee el amazonas en su fracción Sur y se convierte en el último reducto de conservación de numerosas especies que en los países vecinos de Brasil y del Perú ya se han extinguido por la fuerte carga humana a la cual han sido expuestas.

Son muy pocos y en pequeñas locaciones los estudios de evaluación biológica que se han realizado; se sabe que, por la rápida expansión de las actividades madereras, combinadas con deforestación de grandes extensiones de bosques destinadas a implementar más campos ganaderos, para que llegue a cubrir las necesidades cárnicas de los países vecinos; se afectó seriamente la gran riqueza biológica de Pando y es notable el daño ocasionado. A pesar de todo ello aún se posee gran variedad de plantas, palmeras, orquídeas, aves, mariposas y numerosos animales, tanto vertebrados como invertebrados; hongos, helechos bromelias y frutos tropicales.

Muchas de las especies que se encuentran en Pando son raras o se hallan en peligro de extinción en otros lugares de la amazonia o son endémicas (que solo viven en Bolivia), o ambas cosas. Según estudios, sus inmensos bosques albergan más de 2.000 diferentes especies de plantas vasculares, posee cerca de 600 de aves que representa el 42% de las que habitan en nuestro territorio, los mamíferos que se registran son más de 120 especies, siendo los monos con más de 15 especies los más relevantes, de la misma manera, es tremendamente alto en número de especies de anfibios, reptiles y peces a los cuales hay que realizar mayores inventarios para actualizar datos. La mayoría de todas las especies que habitan en el departamento no se repiten o habitan en otro lugar de Bolivia, por eso, es importante conocer y proteger este patrimonio natural que generosamente la naturaleza le proporciono a nuestro país.

Los Ríos Madre de Dios, Beni, Orthon y Tahuamanu, presentan amplias llanuras aluviales con variedad de formas recientes como terrazas, complejos de orillares, meandros y cauces abandonados. En los ríos caudalosos del norte y nororiente de departamento se suelen ver bufeos (delfín de agua dulce), se encuentra una variedad de tortugas comestibles, también en los lechos de las aguas cálidas se hallan cangrejos

En la fauna del departamento se destacan el anta o tapir, jaguar o tigre americano, puma o león americano, taitetú o jabalí americano, varias especies de cérvidos, capiguara, tamandúa u oso hormiguero, tejón, agutí o coatí, gato montés, zarigüeya, iguana, varias especies de simios, lagartos, serpientes y boas constrictoras como la sicurí o anaconda que llega a medir hasta 12 metros de largo, tortugas de tierra y acuáticas, lobitos de río (variedad de nutrias), gran variedad de los peces y cientos de variedades de aves.

“La reserva de biodiversidad es la mayor riqueza con la que cuenta Bolivia -no solo por razones de índole económica, sino medioambiental y social superando incluso a los hidrocarburos y minerales.”

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

Un **Parque Ecológico**, es un espacio dedicado al cuidado de la naturaleza, proporciona grandes beneficios al medio ambiente y en estos tiempos son indispensables para el cuidado y manutención de la tierra que día a día se va degradando más y más. Estudios realizados indican que en el departamento, y/o en el municipio de Cobija no existe un lugar específico reconocido como parque ecológico o referente a ello, siendo una necesidad innegable del departamento.

Pando en su inmensidad guarda en su interior una vasta biodiversidad, en sus bosques tropicales; alberga diversas especies endémicas (*que sólo existen en el departamento*), de gran envergadura, pero, muchas están amenazadas debido a la pérdida de hábitat.

Más de la mitad de la población activa del departamento trabaja en agricultura, y presiona para limpiar tierras para cultivos y pastura, los bosque también fueron consumidos para obtener maderas, goma, etc. Así, el cuidado del medio ambiente se convierte en el punto más resaltante, puesto que a consecuencia de la deforestación, extracción, caza de animales silvestres propios de la región, no sólo se dañó a la naturaleza sino todo lo que en ella está relacionada.

Los cambios climáticos, los cambios en las tierras, que antes fértiles brindaban de sus frutos en abundancia; hoy en día claramente dichos frutos han escaseado y los cambios climáticos cada día son más desconcertantes.

Por otra parte la recreación y diversión que en la actualidad se manifiestan como una necesidad creciente dentro de la población; que en su diario vivir conllevan una serie de actividades que

exigen den lo mejor de sí mismas, el comportamiento en la persona se modifica por lo que enfrenta constantemente a situaciones de ajuste, adaptación, transformación y desarrollo.

Por tanto las personas se ven obligadas a encontrar e instrumentar mecanismos que les garanticen resultados exitosos en su dinámico entorno, sea en el trabajo o en el estudio, para no acumular estrés.

Ante estas circunstancias y en respuesta a estos factores es que se halla la necesidad de implementar un lugar exclusivo natural donde se pueda pasar un tiempo dedicado al descanso mental y físico, un tiempo fuera del trabajo, fuera de las exigencias de la sociedad, para la reposición de energías, liberación de estrés y así, como resultado conseguir un mejor desempeño y eficiencia que el trabajo y/o estudio exige.

Como solución a la problemática expuesta, se contempla el desarrollo del proyecto Parque Ecológico Recreativo.

1.2. TÍTULO DEL PROYECTO

“Estudio de Factibilidad para el Diseño e Implementación de un Parque Ecológico y Recreativo en la Ciudad de Cobija”

1.3. NATURALEZA DEL PROYECTO

El proyecto de acuerdo a sus particularidades es catalogado como **Proyecto Económico Privado**, puesto que es preparado para posteriormente ser ejecutado por personas naturales o jurídicas con recursos privados o de crédito, buscando siempre las mejores oportunidades de inversión y la mejor rentabilidad.

1.4. GRUPO O REGIÓN BENEFICIARIA.

1.4.1. Beneficiarios directos:

Inversionistas, quienes a partir del proyecto podrán visualizar la rentabilidad sobre la inversión necesaria, percibiendo así un negocio óptimo con un atractivo rango de utilidad, justificados de acuerdo a los parámetros establecidos.

1.4.2. Beneficiarios indirectos:

El proyecto pretende generar rentabilidad, ser una opción innovadora de recreación y diversión; permitirá generar fuentes de empleo directa e indirectamente, de esta manera aportar a la sociedad para su crecimiento y el desarrollo, por lo tanto el proyecto va enfocado hacia la **población del Municipio de Cobija**, Provincia Nicolás Suárez perteneciente al departamento de Pando.

Información del INE Censo 2012 permiten obtener datos de la población por edad considerando: niños, pre-adolescentes, adolescentes, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad:

Tabla 1 Población de Cobija agrupación por edades

Grupos De Edad	Total	Hombres	Mujeres
Total	46.267	23. 778	22.489
0 - 3	4.767	2.441	2.316
4 - 5	1.938	1.031	907
6 - 19	13.979	7.278	6.701
20 - 39	17.006	8.626	8380
40 - 59	6.577	3.399	3.178
60 más	2.000	1003	997

Nota: INE censo (2012)

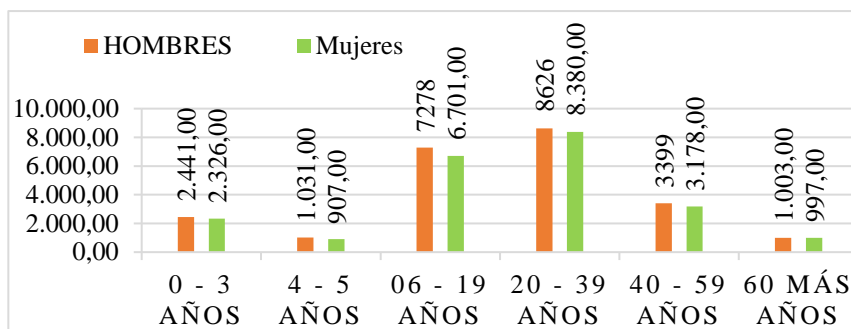


Figura 1 Población de la ciudad de Cobija

Fuente: INE censo (2012)

Por otra parte la naturaleza amazónica, que en cierto grado será beneficiada en su restauración, preservación y cuidado, por medio de campañas de concientización, además con la atención que recibirán los animales y plantas que formen parte del espacio que ocupara dicho parque.



Figura 2 Vista panorámica de Cobija

Fuente: Internet Google Maps

1.5. REFERENCIA GEOGRÁFICA

1.5.1. Ubicación Geográfica

El departamento de Pando está ubicado al Norte del Estado Plurinacional de Bolivia; limita al Norte con Brasil; al Sur con La Paz; al Este con Beni y la República de Brasil y al Oeste con Perú. El proyecto será localizado en el **Municipio Cobija, Provincia Nicolás Suarez** perteneciente al departamento de Pando. Siendo capital del departamento, Cobija se encuentra

a 11° 02' de latitud Sur y 68° 44' de longitud Oeste, a una altura promedio de 280 metros sobre el nivel del mar, situado a orillas del río Acre, frontera natural con la República de Brasil, a una altitud de 235 msnm.



Figura 3 Referencia Geográfica

Fuente: <https://www.google.com/> (2017)

Tiene un clima tropical y lluvioso. Se estableció en 1906 bajo el nombre de Bahía o Barraca de Bahía y su actual nombre lo recibió en 1908 en conmemoración al antiguo puerto del mar boliviano Cobija (Lamar) en el Pacífico, que actualmente está en poder de Chile desde la Guerra del Pacífico (1879 - 1883).

1.5.2. Extensión

El Departamento de Pando cuenta con una extensión de 63,827 km², representando el 5,81% de la superficie del territorio nacional. Si bien la Provincia Nicolás Suárez tiene 9,819 km², el Municipio de Cobija cuenta con una extensión territorial de 449.14 km² abarcando el 4,57% de la superficie provincial (Superintendencia Agraria, 2000 pág. 17)

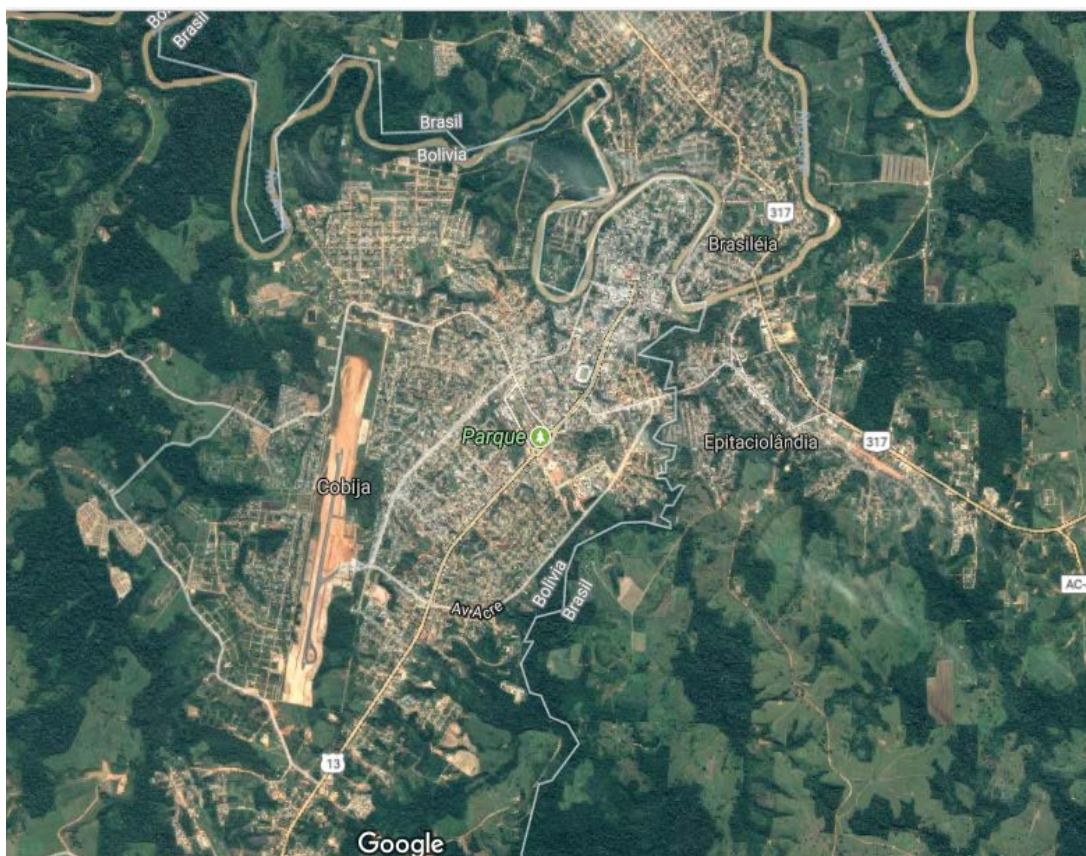


Figura 4 Vista Satelital de Cobija

Fuente: <https://www.google.com/> (2017)

Es una ciudad de gran belleza panorámica, que pareciera una obra realizada por el más caprichoso y audaz artista., es la única aglomeración urbana del departamento.

Concentra aproximadamente el 40% de población esto es unos 42.200 habitantes aproximadamente, y está situada a orillas del río Acre, frontera con la República de Brasil, a una altitud de 228 msnm.

Tabla 2 Organización Territorial del Municipio de Cobija

Distrito	Nombre de la Junta Vecinal	Distrito	Nombre de la Junta Vecinal
I	Barrio Mapajo	III	Barrio la Cruz
	Barrio Puerto Alto		Barrio 27 de Mayo
	Barrio Villamontes		Barrio SENAC
	Barrio Junín		Barrio Brisas del Acre
II	Barrio Progreso		Barrio Villa Cruz
	Barrio 16 de Julio		Barrio Madre Nazaria
	Barrio Santa Cecilia		Barrio Paz Zamora
	Barrio Internacional		Barrio 11 de Octubre
	Barrio Conavi		Barrio Senador
	Barrio Central		Barrio Los Tajibos
	Barrio Miraflores	Barrio Paraíso II	
	Barrio el Bosque	Barrio Santa Clara	
Distrito		IV	Barrio Pantanal
			Barrio Manantial
V	Mejillones	Comunidad	Barrio San Juan
	Alto Bahía		Pontón
	Abaroa		Villa Fátima
	Nueva Esperanza		Marapani
	Limera		Nuevo Triunfo
	Villa Rosario		Bella Vista
	Sujal		Villa Buch
17 de Mayo	Bajo Virtudes		

Nota: Elaboración propia (2012)

1.6. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.6.1. Descripción del problema

Un objetivo por parte del gobierno y la población es continuar con el desarrollo del Departamento de una manera íntegra, minimizando el impacto ambiental y así prevenir acontecimientos indeseados como desastres naturales, terremotos entre otros, esto debido al problema que hay acerca de la deforestación inescrupulosa y la extinción de diversas especies en el departamento.

El principal factor de deforestación sigue siendo la transformación de zonas forestales en tierras agrícolas, según informes, sin embargo no es el principal problema ya que existe la tala selectiva y los incendios que también reducen la biodiversidad como si arrancaran los árboles.

Los esfuerzos realizados por las autoridades correspondientes, no son los suficientes, ya que no se consigue controlar estos problemas que ocasionan daño a la naturaleza. Un factor importante para actuar de manera acertada, es identificar el problema y buscar diversas alternativas de solución y escoger la mejor de ellas. Para ello se debe tener conocimiento total de la problemática y apoyarse en una metodología adecuada.

El presente proyecto esta direccionado a contribuir al desarrollo de la población cobijeña, por medio de su implementación se abrirá oportunidades de trabajo, generación de ingresos así también se lograra satisfacer diferentes necesidades de la población, mediante la oferta de un servicio personalizado, a un precio accesible, además se pretende entregar un servicio diferenciado y sea este abierto también a extranjeros turistas que día a día van llegando al departamento en busca de nuevas experiencias.

Todo ello debido a que Cobija es una ciudad que carece de instalaciones recreativas a pesar del crecimiento poblacional que ha experimentado en los últimos años; no ha existido inversión municipal dentro de la ciudad que permita identificar proyectos con miras a que la población pueda practicar deportes, recrearse y aún, un proyecto que sirva para que la población sea influenciada positivamente mediante la expectativa, a conocer, cuidar y conservar los recursos naturales de una forma integral.

1.6.2. Formulación del problema

¿En la actualidad, existe en la población de Cobija la necesidad acerca de un espacio abierto de recreación, donde el poblador pueda tener un descanso físico y mental por medio de diversión sana dentro de ciudad?

1.6.3. Justificación

Surge la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un Parque Ecológico y Recreativo en la ciudad de Cobija, pues impulsará a la inversión privada ya que la investigación se convierte en un proyecto o instrumento técnico que muestra la rentabilidad de la inversión mediante el uso y combinación óptima de los factores que posee, impulsando crecimiento y mejora de la calidad de vida de la población. Por su naturaleza siendo un proyecto de mejora del cuidado medioambiental, el parque ecológico proporcionará un área de recreo, descanso y esparcimiento dedicados al tiempo libre; aportará la función de distracción, descanso mental y físico del poblador, ayudara también en la concientización en el ciudadano al cuidado de la vida silvestre en el departamento.

Convirtiéndose en el largo plazo, un atractivo turístico natural importante del municipio, avivará el interés por la conservación de la naturaleza de los habitantes y turistas del lugar, aportará un ejemplo de coexistencia entre lo nuevo, moderno y construido por el hombre; y lo natural, tradicional y conservador, instrumentando alternativas que permitan disminuir el desplazamiento y extirpación del área de especies de flora y fauna, se estructurara planes para la conservación y restauración del suelo y para manejo integrado de cuencas.

Mediante el equipamiento del parque ecológico recreativo se innovará a una regeneración de un espacio de interés, rodeado de plantas exóticas, bosques exuberantes y animales propios de la región; un lugar en el que se encontrará una hermosa variedad de flora y fauna, áreas naturales, senderos ecológicos, lagunas, piscinas y actividades de recreación para todas las edades; ambientes de reunión con toque rústico y para los más aventureros, áreas de camping y diversas terapias alternativas.

De una manera atractiva y entretenida, se incentivará a la preservación de la riqueza natural del municipio. La finalidad básica para la implementación del proyecto "Parque Ecológico Recreativo" es proteger el ecosistema en el que se desarrollará, además de brindar un lugar de recreación que permita a la población Pandina y extranjera, el sano esparcimiento, la interacción, la valoración y conservación de la naturaleza.

1.7. OBJETIVOS DE ESTUDIO

1.7.1. Objetivo General

Elaborar el estudio de Factibilidad para el Diseño e Implementación de un Parque Ecológico y Recreativo en la Ciudad de Cobija.

1.7.2. Objetivos Específicos

- ❖ Realizar un estudio de mercado a fin de identificar las necesidades y preferencias de los usuarios.
- ❖ Seleccionar y evaluar diferentes lugares, a fin de identificar el sitio que mejores ventajas le brinde tanto al parque ecológico como a los potenciales clientes del mismo.
- ❖ Desarrollar un estudio financiero, proyectando los estados financieros, y avaluando la viabilidad financiera de la inversión de capital asociada al proyecto.
- ❖ Evaluar el proyecto en base a los indicadores resultantes de los estudios técnico-financieros, permitiendo validar la pertinencia de llevar a cabo la construcción del parque.
- ❖ Establecer un plan de ejecución del proyecto, que permita conocer las fases necesarias, las actividades principales con sus tiempos y dependencias, estimando así el tiempo total del proyecto y sus cambios críticos durante la ejecución.
- ❖ Diseñar un plan de Marketing para el posicionamiento de la empresa dentro de la ciudad de Cobija.

CAPITULO II

2. FUNDAMENTACION TEORICA

2.1. MARCO TEÓRICO:

Análisis de la demanda y de la oferta.- Son los pronósticos sobre el comportamiento de la oferta o de la demanda, las mismas que pueden ser ejecutadas mediante información primaria, tales como: encuestas, observación directa, entre otros, o información secundaria, en la cual se toman como base los datos históricos existentes. El instrumento que se recomienda utilizar para pronosticar o inferir con el primero es el muestreo, mientras que para la segunda se utilizan las líneas de regresión (Rosillo, 2008, pág. 30)

Análisis DAFO.- Según un DAFO no es más que una forma de organizar la información recopilada para realizar una “fotografía” de la empresa, consiste en oponer un punto fuerte a una oportunidad de negocio y evitar que coincidan con un punto débil y una amenaza a la vez. Su objetivo, eliminar las debilidades, afianzar las fortalezas, combatir las amenazas y aprovechar las oportunidades. (VÉRTICE, 2008)

Análisis PESTEL.- El entorno de una empresa engloba todos aquellos factores del contexto económico, social, legislativo, institucional o tecnológico en el que opera una empresa. Normalmente, todas las empresas que operan en una misma nación comparten el mismo contexto económico, social, político, legal, ecológico y tecnológico. Sin embargo, ese contexto, o algunos de los factores económicos, los políticos, los socioculturales, los tecnológicos, los ecológicos y los legales. A este análisis se le conoce también como análisis PESTEL, por las siglas de los seis factores que lo componen. (Maria & Dasi Angels, 2014)

Biodiversidad.- La biodiversidad o diversidad biológica es la variedad de la vida. Este reciente concepto incluye varios niveles de la organización biológica. Abarca a la diversidad de especies de plantas, animales, hongos y microorganismos que viven en un espacio determinado, a su variabilidad genética, a los ecosistemas de los cuales forman parte estas especies y a los paisajes o regiones en donde se ubican los ecosistemas. También incluye los procesos ecológicos y evolutivos que se dan a nivel de genes, especies, ecosistemas y paisajes. (Wilson, Edward, 2017)

Clientes Potenciales.- “Son aquellos cuyas características personales (incluimos las personalidades físicas y jurídicas), necesidades latentes o manifiestas, y capacidad económica les convierte en posibles usuarios, compradores, o clientes del producto en cuestión en el entorno geográfico donde este se comercializa.” (Fernandez, 2017)

Capital de Trabajo.- Según Tanaka, Contablemente el capital de trabajo tiene dos definiciones: Capital de trabajo Bruto y Capital de trabajo Neto. El Capital de trabajo bruto equivale al activo corriente de la empresa. Representa las inversiones a corto plazo (inversiones que se pueden convertir en efectivo en un plazo de hasta un año), sin embargo, al referirse al concepto de capital de trabajo, generalmente se hace mención al capital de trabajo neto. El capital de Trabajo neto consiste en la diferencia de activo corriente menos pasivo corriente, es decir, inversiones a corto plazo menos financiamiento de terceros a corto plazo. El capital de trabajo Neto muestra la liquidez de la empresa de manera aproximada y la gestión financiera donde se muestra si las inversiones con mayores que las obligaciones de corto plazo. (Nakasone, 2005, pág. 210)

Competencia Indirecta.- Según Bravo, los competidores indirectos son quienes satisfacen las mismas necesidades, deseos y expectativas, pero con productos diferentes, a diferencia de la competencia directa quien busca satisfacer las mismas necesidades, deseos y expectativas, pero con productos similares. (Bravo, 1997, pág. 184)

Demanda.- La demanda expresa las actitudes y preferencias de los consumidores por un artículo, mercancía o servicio. Es decir, la demanda de una mercancía (bien) es la cantidad de ella que el individuo estaría dispuesto a comprar en un momento dado, a los diversos precios posibles. [...] la demanda no es una simple cantidad de un producto, sino que es toda una relación o lista de las cantidades de una mercancía que los compradores estarían dispuestos a adquirir a los diversos precios posibles. Por último, se entenderá por demanda la cantidad de un artículo que se compra a un precio dado, por unidad de tiempo: un día, una semana, un mes, etc. (Macedo, 2006, pág. 40)

Diagramas de Flujo.- Según Hernández el fluxograma o diagrama de flujos constituye la representación diagramática de la secuencia lógica de pasos en las operaciones y actividades desarrolladas por las diferentes unidades organizativas. Representa el flujo de trabajo involucrado en la realización del flujo de trabajo a través de actividades y facilita su simplificación. (Orozco, 1996, pág. 104)

Distribución.- “La política de distribución es el instrumento de marketing que establece el conjunto de medios necesarios para hacer llegar el producto o servicio al consumidor final.” (VÉRTICE, 2008)

Estado de Pérdidas y Ganancias.- Determina el resultado de la operación del negocio en un periodo dado: un día, un mes. Un semestre o un año; es decir, confronta ingresos y gastos. En los ingresos debe considerarse el monto total de las ventas sin importar si el dinero ingresó a la empresa o si están pendientes de cobro. Cuando una venta se realiza parte a crédito y parte de contado, el total de la venta se refleja en pérdidas y ganancias. La cantidad que le deben a la empresa debe ser registrada como un activo, y el dinero restante que es cancelado de contado entra inmediatamente a la organización. (Rosillo, 2008, pág. 209)

Estudio de Factibilidad.- Es el conjunto de antecedentes que permite conocer las ventajas y desventajas técnico-económicas, si se asignan determinados recursos en la búsqueda de ciertos objetivos específicos. En otras palabras, podría decirse que es el estudio que nos permite conocer las bondades de la inversión en una determinada actividad, es decir que equivale a un ante – proyecto donde se presentan juicios consistentes y bien fundamentados sobre la viabilidad del proyecto, pero que es necesario adelantar algunos estudios y diseños específicos para tener la decisión sobre la asignación de los recursos de inversión. (Garcia, 1985)

Estudio de Mercado.- En este apartado se describen los productos o servicios que generara el proyecto, a qué mercado va dirigido, dónde se ubica geográficamente este mercado, cuál es la oferta y la demanda existente de productos y de materias primas. Los aspectos más relevantes que en términos generales deben ser analizados en un estudio del mercado del proyecto son los siguientes: producto, mercado, oferta y demanda del mercado, materia prima y precio del producto. (Espinoza, 2007)

Estudio Financiero.- El objetivo de este apartado es determinar, por medio de indicaciones financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos del proyecto. La información utilizada en este apartado proviene de dos grandes fuentes: El estudio de mercado por medio del que se determinan los posibles ingresos del proyecto en función de las ventas proyectadas por el precio. Por su parte, el estudio técnico nos suministra información relativa a las inversiones, costos de operación, costos de producción, depreciaciones, etc. (Espinoza, 2007)

Estrategias Competitivas.- “Se reconocen mayoritariamente como estrategias competitivas genéricas las denominadas de coste mínimo, las de diferenciación y las de especialización o alcance, que utilizan la base de las ventajas competitivas clásicas.” (Porter, 2004)

Flujo de Caja Proyectado.- Es el que permite el movimiento de efectivo de la empresa en un periodo determinado, es decir, las entradas (ingresos) y las salidas (egresos). La proyección de flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, la información básica para realizar esta proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico y organizacional. Al proyectar el flujo de caja, será necesario incorporar información adicional relacionada principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización, del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas. (Mendizabal & Gonzales, 1998)

Investigación de mercado.- La investigación de mercados proporciona información pertinente y actualizada de los diferentes agentes que actúan en él. Por tanto, su finalidad es la obtención de información útil para la toma de decisiones. De hecho, no se debe considerar a la investigación como la solución a problemas empresariales sino un instrumento más que permita minimizar riesgos y, en consecuencia, las decisiones puedan ser más acertadas. (Merino, 2010, pág. 15)

Oferta.- La oferta es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles de precios, en un periodo dado. (Macedo, 2006, pág. 45)

Mercadotecnia.- “En el caso de la Mercadotecnia, es un área funcional de la empresa que se preocupa por diseñar un producto con las características tangibles e intangibles que satisfagan las necesidades de un mercado o de un segmento de mercado.” (Castro, 1997)

Mercadeo.- El mercadeo es una ciencia que conjuga esquemas científicos sirviendo de base analítica en la toma de decisiones gerenciales y en la solución ágil que requieren los problemas que enfrentan las empresas. Dichas decisiones son de gran importancia, pues el resultado de ellas marcan en gran medida el éxito o fracaso de las operaciones comerciales de una empresa. De aquí que cada día un número considerable de organizaciones adoptan esta ciencia y orientan sus actividades siguiendo las técnicas del mercadeo. (Vega, 1991, pág. 19)

Marketing Mix, las cuatro P.- Harvard Business Publishing crea una publicación para elaborar un plan de negocios en el cual define el marketing mix de la siguiente forma: “El mix de marketing describe la forma en que se lograrán los objetivos de marketing. Sus elecciones definen cómo hará que el mercado objetivo tome conciencia de su producto, y cómo logrará el retorno proyectado de las ventas. Las estrategias en sus acciones de marketing determinan la forma en que usted posiciona su producto en el mercado relativo a los productos de sus competidores. Las acciones de marketing más específicas reflejan las clásicas “cuatro P” del marketing: producto, precio, plaza y promoción. La primera de las cuatro P es el producto, asegúrese de que su producto o servicio es consistente con la filosofía de su empresa y las necesidades, del mercado objetivo. La segunda de las cuatro P es el precio. ¿En qué punto de precio va a ofrecer su producto o servicio? ¿Habrá un precio establecido o será escalonado o variable dependiendo de la demanda de los consumidores? Sus decisiones sobre cómo fijar el precio dependerán, por una parte, de la sensibilidad de los precios de mercado y del valor percibido por el mercado en relación a su producto. La tercera P es la plaza. El termino plaza indica el movimiento físico de los productos; es decir, cómo se transportará el producto desde la fábrica hasta el usuario final. La última P es la promoción. A través de la promoción, se hace que los consumidores tomen conciencia de su producto”. (harvardbusinesspublishing, 2017)

Marketing.- Marketing es un proceso social y directivo a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean mediante la creación e intercambio de productos y valor con otros. Los conceptos centrales de marketing son, necesidades, deseos y demandas: productos, servicios y experiencias: Valor, satisfacción y calidad: intercambio, transacciones y relaciones y mercados. (Kotler & Armstrong, 2013, pág. 37)

Mercado.- Un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o deseo determinado que se puede satisfacer mediante intercambios y relaciones. Así, el tamaño de un mercado depende del número de personas que sienten la necesidad, cuentan con los recursos para realizar un intercambio, y están dispuestas a ofrecer dichos recursos a cambio de lo que desean. (Kotler & Armstrong, 2013, pág. 14)

Planeación estratégica.- Consiste en la identificación sistemática de oportunidades y amenazas que surjan en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base para que una empresa tome mejores decisiones en el presente para explorar las oportunidades y evitar las amenazas. Planear significa un futuro deseado e identificar formas de lograrlo. (Best, 2005)

Promoción.- La promoción, o comunicación, es el esfuerzo que hace la empresa para informar a los compradores y persuadirlos de que su producto o servicio es superior o ventajoso respecto de los de la competencia. Abarca prácticas disímiles como la publicidad gráfica en los medios y en la vía pública, la publicidad televisiva, las acciones concretas en los puntos de venta, el merchandising, etc. (VÉRTICE, 2008)

Ciente.- “Un cliente es tanto para los negocios y el marketing como para la informática un individuo, sujeto o entidad que accede a recursos, productos o servicios brindados por otra.”
(Definición ABC, 2017)

Proyecto.- Un proyecto es una búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema con el propósito de resolver una necesidad humana, en donde se asigna en forma racional los recursos para alcanzar los objetivos propuestos en el plan de negocio. La elaboración de un plan de negocio es la conceptualización del proyecto, por lo tanto forma parte del ciclo de vida del mismo. (Espinoza, 2007)

Producto.- El producto constituye la oferta de la empresa a sus clientes. Este concepto abarca, además de las características físicas y técnicas, aspectos formales como la calidad, la marca, el envase, el diseño, etc. también abarca aspectos relacionados con el servicio posventa, el mantenimiento, la garantía, instalación, entrega, financiación, etc. (VÉRTICE, 2008)

Rentabilidad.- La rentabilidad es una expresión económica de la productividad que relaciona no los insumos con los productos, sino los costos con los ingresos. Es la productividad del capital invertido. Socialmente sin embargo, el capital natural no se considera dentro de la dotación general de capital de la económica y la mayor parte de la rentabilidad se atribuye al capital manufacturado. La rentabilidad y su evolución es también un elemento importante que puede ser relacionado con otras variables. En la selección de criterios o estrategias de desarrollo, se podrá postular un máximo de rentabilidad absoluta, un máximo de rentabilidad sujeta a restricciones relativas al ambiente y/o a la sociedad, una rentabilidad mínima aceptable y una evolución creciente o decreciente de cualquiera de los criterios elegidos. Aquí se trata de considerar las señales del mercado, pero también las señales del ambiente y la sociedad como criterio de sostenibilidad. (de Camino & Sabine, 1994)

Precio.- El precio es la expresión monetaria del valor. También se puede decir que es la cantidad de dinero que tenemos que dar a cambio de mercancías o servicios, con lo cual lo que realmente hacemos es expresar monetariamente el valor de dichas mercancías y servicios. (Macedo, 2006, pág. 50)

Segmento de Mercado.- “Un segmento de mercado es un grupo de consumidores, usuarios o clientes que, dentro del mercado total de un producto o servicio, muestran necesidades, deseos y expectativas muy parecidos entre sí, lo que les lleva a buscar tipos o categorías similares del mismo producto.” (Bravo, 1997, pág. 186)

Tamaño y tecnología.- El tamaño también está en función del mercado de maquinarias y equipos, ya que el número de unidades que pretende producir el proyecto depende de la disponibilidad y existencia de activos del capital. En algunos casos, el tamaño se define por la capacidad estándar de los equipos y maquinarias existentes que están diseñados para tratar una determinada cantidad de productos, entonces, el proyecto deberá fiar su tamaño de acuerdo a las especificaciones técnicas de la maquinaria. (Sapag & Sapag, 2008)

Ventaja Competitiva.- Según Bravo, una ventaja competitiva constituye una destreza o habilidad especial que logra desarrollar una empresa y que la coloca en una posición de preferencia a los ojos del mercado; debe ser sostenible, basado en una fortaleza de la empresa además de ser difícil de copiar o imitar (ser único). (Bravo, 1997, pág. 17)

Ecología.- Ecología es el estudio de la relación entre los seres vivos y su ambiente, específicamente se ocupa de analizar la influencia de unos sobre otros. Cuando hablamos de ambiente estamos considerando ciertas propiedades físicas que se definen como factores abióticos locales, y esto incluye el clima, la geología y organismos que conviven en dicho ambiente. (Definicion ABC, 2017)

Requerimientos.- “Se señalan los medios de producción que intervienen en el proceso: terrenos, mano de obra calificada y no calificada, materias primas, insumos, materiales y todo tipo de maquinarias.” (Sapag & Sapag, 2008)

Huerta Orgánica.- “La huerta orgánica, es un espacio de tierra en donde se realiza un cultivo de hortalizas, legumbres, plantas medicinales y árboles frutales. Estas huertas reciben el nombre de "orgánica", porque allí se lleva a cabo un tipo de cultivo, que se basa en el respeto de los procesos naturales de los alimentos que sembramos.” (INNATIA, 2017)

Maquinaria y Equipos.- “Todas las máquinas y equipos destinados al proceso de producción de bienes y servicios como: máquina de planta, carretillas de hierro y otros vehículos empleados para movilizar materia primas y artículos terminados dentro del edificio (no incluye herramientas).” (Contraloría, 2017).

Ecoturismo.- El Ecoturismo o el Turismo Ecológico, como también se lo conoce y denomina, es un tipo de enfoque relativamente nuevo dentro de las actividades turísticas tradicionales en el cual tanto los organizadores de este tipo de turismo así como también quienes lo eligen para sus vacaciones o aventuras, privilegiarán cuestiones como la protección, sustentabilidad, preservación y aprecio por aquel lugar o región que los acoge. (Definición ABC, 2017)

Medio Ambiente.- El medio ambiente o medioambiente es el conjunto de componentes físicos, químicos, y biológicos externos con los que interactúan los seres vivos. Respecto al ser humano, comprende el conjunto de factores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y en un momento determinado, que influyen en su vida y afectarán a las generaciones futuras. Es decir, no se trata solo del espacio en el que se desarrolla la vida, sino que también comprende seres vivos, objetos, agua, suelo, aire y las relaciones entre ellos, así como elementos tan intangibles como algunas de la cultura. (WIKIPEDIA, 2017)

Parques.- “Un parque (del francés Parc) es un terreno situado en el interior de una población, que se destina a prados, jardines y arbolado sirviendo como lugar de esparcimiento y recreación de los ciudadanos. Si se trata de una larga extensión de terreno natural y protegida por el estado, hablamos de un parque natural o de un Parque nacional.” (WIKIPEDIA, 2017)

Parque Ecológico.- “La finalidad de un parque ecológico es proteger el ecosistema en el que se desarrolla, aunque estas regiones también sirven como recreación y permiten que la población conozca la naturaleza de un determinado lugar.” (DEFINICIONES, 2017)

Parque Recreativo.- Un parque ecológico corresponde a un área natural que reúne actividades recreativas y educativas y promueve, además, el cuidado e importancia del medio ambiente. Los parques, por lo general, constituyen los principales espacios verdes dentro de una ciudad o asentamiento urbano. En estos casos, los parques no sólo son importantes para el descanso o los paseos de los vecinos, sino que también resultan vitales desde el punto de vista ecológico para la generación de oxígeno. (GREENSPACE, 2017)

Turismo en Cobija.- Cuando se encuentre en Cobija no deje de visitar los centros de producción de goma, donde los trabajadores son diestros envolviendo el caucho en un palo grande y calentándolo, su visita no sería un éxito si no toma un paseo en bote o barco a través de la selva, existen lanchas para alquilar, también puede tomar paseos en el Lago Bay, que se encuentra a orillas del río Manuripi a aproximadamente 25 minutos de vuelo en avioneta desde Cobija. Las Cachuelas es otro bello lugar que debe visitar, a orillas del río Abuna a sólo dos horas en lanchón, si le gusta pescar las lagunas del río Tahuamanu son ideales para este deporte y el monte alto un lugar apropiado para el turismo de aventura y la práctica de la caza. (Turismo, 2017)

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado definirá la cuantía de la demanda e ingresos de operación, como los costos e inversiones implícitas. Metodológicamente, tres son los aspectos que se estudiarán: “el consumidor, las demandas del mercado y del proyecto” “la competencia, las ofertas del mercado y del proyecto” y, “la comercialización del producto.” Cobija por su tamaño, su cultura y además por las necesidades que presenta, se convierte en el mercado al que el presente proyecto busca satisfacer, puesto que es una ciudad en crecimiento poblacional, infraestructural entre otros y carece de establecimientos recreacionales. El presente estudio de mercado permitirá conocer los diferentes aspectos que posee la población, las características demográficas, preferencias, expectativas etc., los resultados permitirán poder perfilar el mercado y verificar la veracidad de las preferencias y exigencias del mercado objetivo.

3.1.1. Objetivos del Estudio de Mercado

- ❖ Analizar la demanda y oferta históricas y actuales.
- ❖ Determinar el porcentaje de la demanda insatisfecha que podrá cubrir el servicio que brindará el Parque Ecológico y Recreativo.
- ❖ Analizar el comportamiento, hábitos y preferencias de los consumidores actuales y potenciales, con la finalidad de orientar nuestra ventaja competitiva.
- ❖ Establecer estrategias en la presentación del servicio para lograr una adecuada inserción del mismo en el mercado.
- ❖ Fijar estrategias de precios, plaza y promoción del servicio que prestará el Parque Ecológico y Recreativo para obtener una rápida aceptación.

3.2. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para la realización del proyecto dentro de la ciudad de Cobija; se requiere del seguimiento de un proceso que ayudará a recopilar datos para posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos, en una adecuada toma de decisiones.

El proceso de Investigación de mercado comprende:

- ❖ Objetivos y necesidades de información.
- ❖ Diseño de la investigación y fuentes de información
- ❖ Recopilación de la información.
- ❖ Preparación y análisis de los datos.
- ❖ Presentación de los resultados.

3.2.1. Diseño de la Investigación

3.2.1.1. Segmentación

“La segmentación es dividir al mercado en grupos distintos de compradores o usuarios en base a sus necesidades, características o comportamiento, y que podrían requerir productos o mezclas de marketing distintos.”

Se ha considerado las siguientes variables para segmentar de mercado de este proyecto:

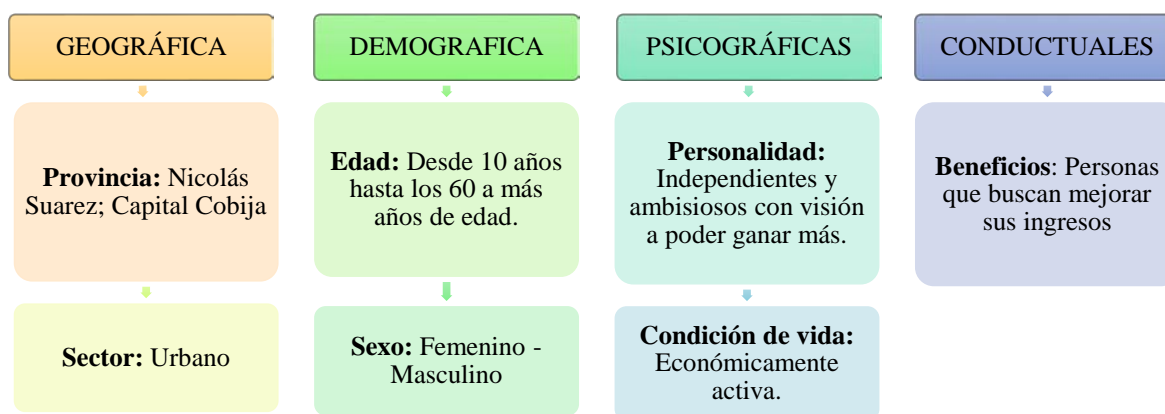


Figura 5 Segmentación

Fuente: Elaboración Propia (2017)

El mercado estará compuesto mayoritariamente, por personas mayores de edad, las familias, amigos, colegas de trabajo, puesto que será un espacio propio para el descanso y entretenimiento dirigido a todo tipo de personas, que posean una economía estable.

3.2.1.2. Tamaño del Universo.

Se estableció que el tamaño del universo vendría a constituir el número de personas que habitan en el Municipio de Cobija, que según estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas suman un total de **46.267 habitantes Censo 2012 INE** personas distribuidas de la siguiente forma: El INE informó que esa región reporta

- ❖ Género: 23.978 son hombres y 22.289 mujeres.
- ❖ Escolaridad: de las 13.979 personas empadronadas entre 6 a 19 años, 11.371 asiste a las unidades educativas.
- ❖ De las 21.183 personas económicamente activas, desde los 10 años o más de edad:

Tabla 3 Población Económicamente Activa

N° de personas	Grupo de Ocupación
7.964	Personas se dedican a servicios varios.
5.986	Personas dedicadas al comercio, transporte y almacenes.
2.679	Dedicados a la construcción.
1.477	Dedicados a la industria manufacturera.
1.203	Dedicados a la agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura
22	Dedicados a la minería e hidrocarburos.
7.964	Dedicados a servicios varios.

Nota: INE censo (2012)

3.2.1.3. Tamaño de la Muestra

Al conocer claramente nuestra población objetivo, procedemos a identificar cuál será nuestra muestra para poder realizar el estudio de mercado.

De la prueba piloto se tomó en consideración la pregunta número tres dando como resultado una **aceptación del 80%** por lo que se pudo definir un alto grado de aceptabilidad del servicio del Parque Ecológico y Recreativo.

La pregunta filtro empleada para este estudio fue:

3.- ¿Le Gustaría que se implemente un Parque Ecológico Recreativo dentro de la ciudad, donde pueda ir a compartir con familiares y amigos?

SI ()

NO ()

Con la respuesta filtro se pudo definir los valores de p y q para determinar el tamaño de la muestra para el estudio del mercado del proyecto. Contando con los valores de p y q, producto de la determinación de desaciertos y la delimitación del tamaño del universo, considerando como fuente los datos del censo 2012 realizado en la ciudad que es un total de 46.267 personas, se definió el tamaño de la muestra que será actualizada con la respectiva formula al 2017: $P_t = P_o (1+r)^t$

$P_o = 46.267$ (población del 2012)

$r = 6,5\% = 0,065$ (tasa de Crecimiento)

$t = 2012 \text{ al } 2017 = 5 \text{ años}$

Reemplazando en formula: $P_t = P_o (1+r)^t$

$P_t = 46.267(1+0,065)^{6,5}$

$P_t = 59.520,94$ población actual en Cobija

Contando con la actual población en Cobija se determinará el tamaño de muestra poblacional usando la fórmula:

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

n = es el tamaño de la muestra (número de encuestas que se hará).

N = es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

Z_c= Corresponde al valor de Z crítico, siendo este un valor dado del nivel de confianza que para el presente proyecto será 95% siendo el valor de Z_c igual a 1,96.

E o e = Error muestral deseado.

P= probabilidad de éxito.

Q= probabilidad fracaso.

DATOS:

P = 80%

Q = 20%

N = 59.520,94

Z = 95,00%

e = 5%

Sustituyendo estos datos en la fórmula se obtiene:

$$n = \frac{(3,8416) * (0,8) * (0,2) * (59.520,94)}{(0,0025)*(59.520,94) + (3,8416)*(0,2)*(0,8)}$$

$$n = \frac{36584,90}{148,80+0,614656}$$

$$n = \frac{36584,90}{149,417}$$

$$n = 244,85$$

El número de encuestas necesarias para realizar el estudio de mercado es de 244,85 encuestas.

3.2.2. Metodología de la Investigación

Toda investigación requiere de una metodología, y ésta comprende los diseños, modos, formas, técnicas y procedimientos que se encargaran de la parte operativa del proceso investigativo, planificado, sistemático, y técnico que establece mecanismos y procedimientos a seguir para resolver el o los problemas; es la instrumentación y operación de la investigación.

A continuación se representa cuatro métodos de investigación.



Figura 6 Métodos Investigación

Fuente: Elaboración Propia (2017)

La metodología de la investigación de campo aplicada en este estudio fue la técnica de la encuesta. La investigación por encuesta casi siempre tiene por objeto conseguir información sobre el valor: 1) presente 2) reciente 3) futuro inmediato de una variable.

“Una encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.”

3.2.2.1. Definición de las Variables.

Las variables consideradas para la elaboración de la encuesta fueron: aceptabilidad del servicio, preferencias para el entretenimiento, frecuencia de visitas y publicidad informativa.

3.2.2.2. Elaboración del Cuestionario

El cuestionario diseñado para este estudio abarco diferentes preguntas que permitieron realizar un mejor estudio de la oferta y demanda.

3.2.2.3. Contenido de las preguntas

Las preguntas están dirigidas a recabar información personal, con la finalidad de que el encuestado pueda responder de forma fácil y con datos que sean verdaderos y no improvisados los mismos que nos orienten respecto a lo que se busca.

3.2.2.4. Prueba Piloto

Es un tipo particular de encuesta, que tiene por objetivo preparar la verdadera encuesta. Se busca tener unos pocos criterios para diseñar o rediseñar las herramientas de trabajo, teniendo una idea previa de la población. Esta exploración es útil porque está libre de conclusiones sobre el tema de estudio y sirve solo para mejorar la investigación; incluso restablecer un diagrama de flujo u otro tipo de planificación.

La encuesta piloto permitirá determinar si todas las preguntas formuladas en el cuestionario son claras y de fácil entendimiento para cualquier persona. La encuesta piloto se la realizo a 10 personas de la ciudad de Cobija, las cuales definieron que las preguntas estaban bien formuladas.

3.2.3. Recolección de la Información

La aplicación de la encuesta se diversificó, tomando los datos obtenidos de ciudadanos pertenecientes a diferentes barrios, empleados, encargados vendedores de los Bazares, funcionarios de instituciones públicas y privadas, y estudiantes de la ciudad para saber cuál será nuestra posible demanda.

3.2.4. Preparación y Análisis de Datos

Para realizar las encuestas a las 244 personas, se realiza el formulario con diez preguntas las cuales permitirán tener una idea más clara de las necesidades, expectativas, deseos y grado de aceptación en cuanto los servicios de recreación que demanda la población.

3.2.5. Presentación de los Resultados

A continuación se presenta los resultados de las encuestas realizadas:

Tabla 4 *Edad de los habitantes de Cobija*

Edad	Nº Personas	Porcentaje
10 - 20	45	19%
20 - 30	71	29%
30 - 40	54	22%
40 - 50	51	21%
50 - 60	23	9%
TOTAL	244	100%

Nota: Elaboración propia (2017)

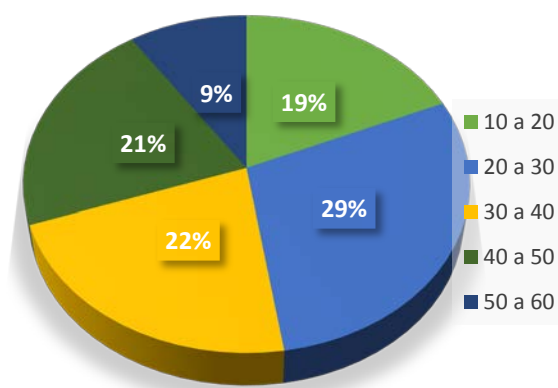


Figura 7 *Edad de los encuestados*

Fuente: Elaboración Propia (2017)

Análisis: De las personas encuestadas el 19% se encuentran entre los 10 a 20 años de edad, mientras que representa el 29% están entre los 20 a 30 años y un 22% de los encuestados se encuentran entre los 30 a 40 años de edad.

Género de los Encuestados:

Tabla 5 Género

Sexo	N° personas	Porcentaje
Femenino	112	46%
Masculino	132	54%
TOTAL	244	100%

Nota: Elaboración propia (2017)

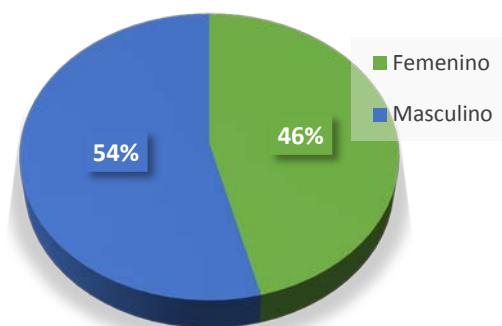


Figura 8 Género

Fuente: Elaboración Propia (2017)

Análisis: De las encuestas realizadas el 54% representan al género masculino y el 46% representa al género femenino.

1. ¿Cuánto en promedio es su ingreso Mensual?

Tabla 6 *Ingresos Económicos*

Ingresos	N° Personas	Porcentaje
1.500 a 3.000	84	34%
3.000 a 4.500	94	39%
4.500 a 6000	40	16%
6000 a más	26	11%
TOTAL	244	100%

Nota: Elaboración propia (2017)

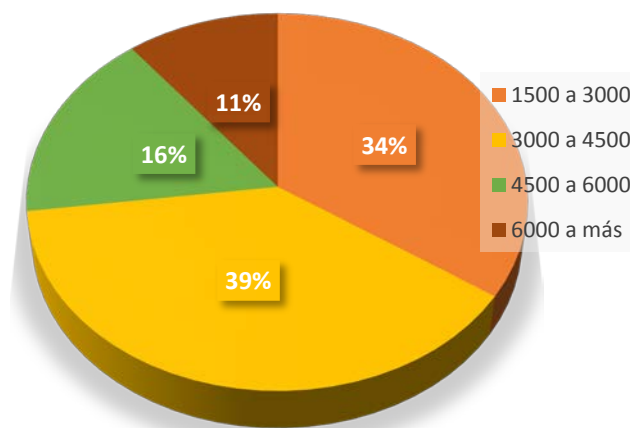


Figura 9 *Ingresos Económicos*

Fuente: Elaboración Propia (2017)

Análisis: de las encuestas realizadas el 39% de los encuestados perciben ingresos mensuales de Bs 3000 a 4500, el 34% reciben ingresos mensuales de Bs 1500 a 3000, el 16% tienen un mensual de Bs 4500 a 6000 y tan solo el 11% reciben una remuneración de Bs 6000 a más.

2. ¿Qué lugares frecuenta para ir a divertirse con familiares y amigos?

Tabla 7 Lugares de diversión

Lugares de Diversión	N° Personas	Porcentaje
Abaroa	59	24%
Cocamita	34	14%
Jarinal	46	19%
Parque Piñata	67	27%
Cedrillos	22	9%
Otros Lugares	16	7%
TOTAL	244	100%

Nota: Elaboración propia (2017)

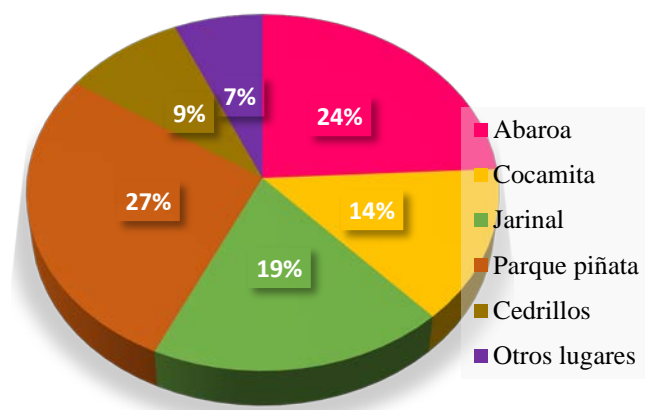


Figura 10 Lugares de diversión

Fuente: Elaboración Propia (2017)

Análisis: Como se puede observar el 27% de los encuestados les gusta visitar el parque piñata, el 24% de los encuestados prefiere visitar Abaroa, el 19% le gusta ir al jarinal (en Brasil) y tan solo el 7% elige otras opciones para divertirse con familia y amigos.

3. *¿Le gustaría que se implemente un parque ecológico recreativo dentro de la ciudad, donde pueda ir a compartir con familiares y amigos?*

Tabla 8 Nivel de aceptación sobre el servicio ofertado

Nivel de aceptación	N° Personas	Porcentaje
SI	191	93%
NO	53	7%
TOTAL	138	100%

Nota: Elaboración propia (2017)

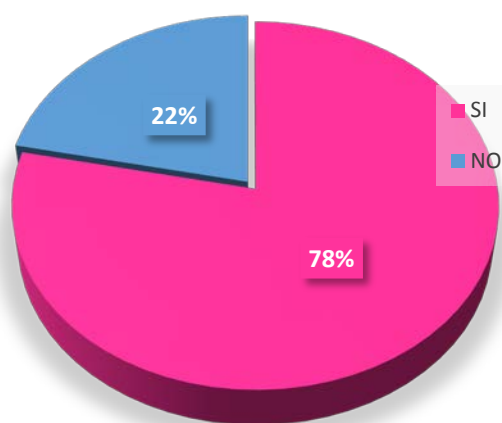


Figura 11 Nivel de aceptación sobre el servicio ofertado

Fuente: Elaboración Propia (2017)

Análisis: los resultados de la encuesta aplicada visualizan que el 78% de las personas les gustaría participar en los programas de capacitación con certificación internacional, lo que garantiza la aceptación de estos programas dentro del mercado.

4. En caso de que se implemente este tipo de servicio en Cobija ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ingresar a este Parque Ecológico Recreativo que ofrece un servicio de calidad que garantiza recreación y diversión extrema?

Tabla 9 Precio preferente para el pago del servicio ofertado

Aceptación de Precios	N° Personas	Porcentaje
Bs. 25 – 50	136	56%
Bs. 50 – 75	59	24%
Bs. 75 – 100	31	13%
Bs. 100 - 120	18	7%
TOTAL	244	100%

Nota: Elaboración propia (2017)

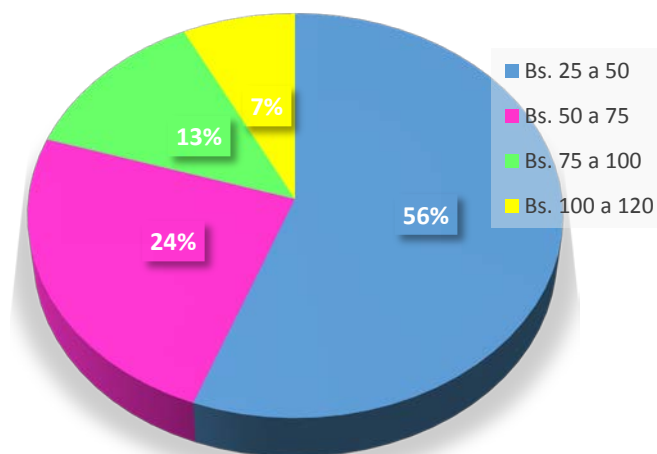


Figura 12 Precio preferente para el pago del servicio ofertado

Fuente: Elaboración Propia (2017)

Análisis: la deducción de la investigación demuestra que existe una alta tendencia por lo económico, los resultados con un 56% eligen de entre Bs 25 a 50 por ser más accesible al bolsillo, un 13% tiene la posibilidad de pagar de entre Bs 75 a 100 y solo el 7% pueden pagar hasta Bs. 120.

5. ¿Cuántas veces a la semana le gustaría visitar el parque Ecológico Recreativo?

Tabla 10 *Días de la semana preferidos para la diversión.*

Frecuencia de Visitas	N° Personas	Porcentaje
1 vez a la Semana	98	40%
2 veces a la Semana	51	21%
1 vez al Mes	95	39%
TOTAL	244	100%

Nota: Elaboración propia (2017)

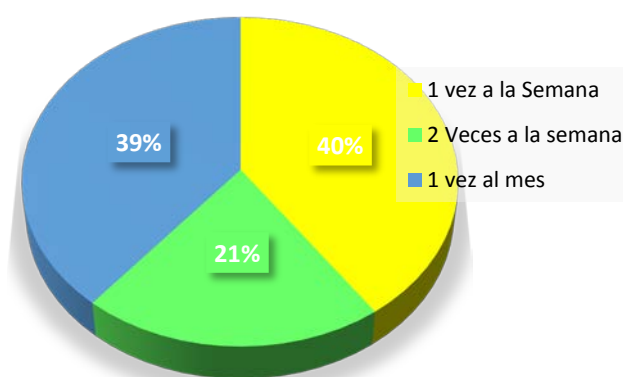


Figura 13 *Días de la semana preferidos para la diversión.*

Fuente: Elaboración Propia (2017)

Análisis: el resultado de la encuesta advierte los porcentajes de frecuencia de visita preferida que tiene la población para divertirse y recrearse, inclinado también a ver resultados de la cantidad de demanda que habría de existir el Parque Ecológico Recreativo. Esto es; 39% opta por una frecuencia de visita mensual, el 21% prefiere frecuentar el parque 2 veces a la semana lo que es favorable para el proyecto; y el 40% de encuestados opta por visitar el parque por lo menos una vez a la semana. Dichas cifras servirán en el momento de toma de decisiones.

6. ¿Qué días de la semana preferiría visitar el Parque Ecológico Recreativo?

Tabla 11 *Días de preferencia para visitar el Parque Ecológico Recreativo.*

Día preferido de visita al parque	N° Personas	Porcentaje
De lunes a Viernes	98	40%
Fin de Semana	146	60%
TOTAL	244	100%

Nota: Elaboración propia (2017)

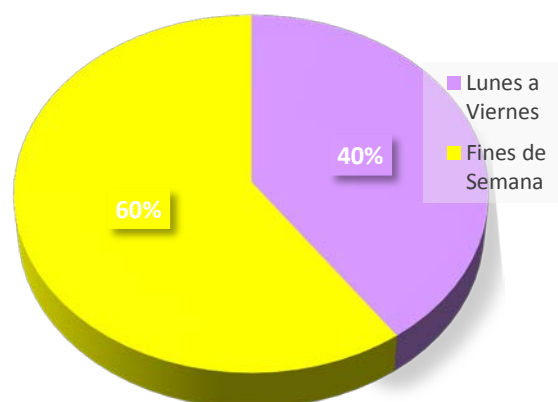


Figura 14 *Días de preferencia para visitar el Parque Ecológico Recreativo.*

Fuente: Elaboración Propia (2017)

Análisis: La opinión de la mayoría de los encuestados, expresó que los días preferidos para la visita del parque ecológico recreativo son en un 60 % los fines de semana, puesto que son los días de descanso que la mayoría tiene luego del trabajo, un 40%” prefieren visitar el parque de lunes a viernes, por ser días en que por lo general no existen muchas personas dentro de los parques o lugares de recreación que hay, lo que les permite disfrutar de cualquier establecimiento de recreación a gusto y en calma.

7. ¿Cuáles son las exigencias que espera encontrar dentro del parque ecológico y recreativo?

Tabla 12 *Expectativas de los clientes acerca del Parque Ecológico Recreativo*

Expectativas	N° Personas	Porcentaje
Piscinas - Restaurants	107	44%
Canchas - Snack	88	36%
Boutiques – Laguna - Parque Infantil	49	20%
TOTAL	244	%/100

Nota: Elaboración propia (2017)

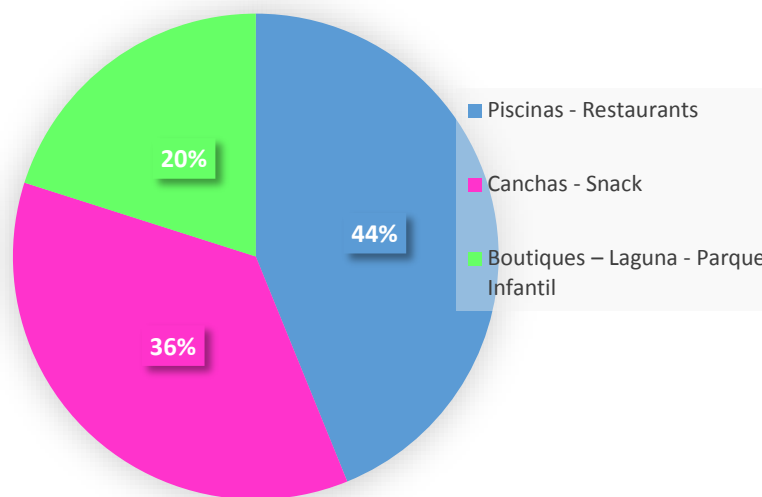


Figura 15 *Expectativas de los clientes acerca del Parque Ecológico Recreativo*

Fuente: Elaboración Propia (2017)

Análisis: Mediante esta pregunta podemos observar los requerimientos, expectativas y exigencias del cliente; de entre las opciones que se les expuso, podemos observar que lo más demandado son las piscinas en un 44%, las canchas en un 36%, un 20% ve necesario los snacks, restaurants en un 44%, el 20% boutiques, 36% el parque infantil y la laguna en un 20%. Estos resultados permitirán tener una idea clara acerca de que requerimientos tiene la población dentro del Parque Ecológico recreativo.

8. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información acerca de este Parque Ecológico y Recreativo?

Tabla 13 Medios de comunicación preferida por la población de Cobija.

Medios de Comunicación preferida	N° Personas	Porcentaje
Radio	22	9%
Televisión	68	28%
Internet	59	24%
Periódico	17	7%
Teléfono	68	28%
Otros	10	4%
TOTAL	244	100%

Nota: Elaboración propia (2017)

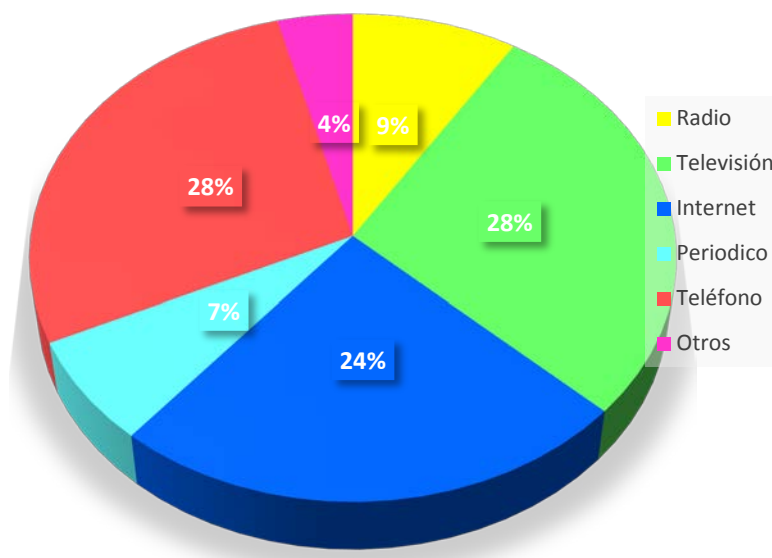


Figura 16 Medios de comunicación preferida por la población de Cobija.

Fuente: Elaboración Propia (2017)

Análisis: Los medios para conocer sobre este servicio de recreación más recomendados por los encuestados son la televisión y el internet, posterior está el teléfono, radio y con una mínima parte está el periódico. Lo que quiere decir que el medio de publicidad más óptimo a utilizar son el internet y la televisión.

9. ¿Con quién le gustaría visitar el Parque Ecológico Recreativo?

Tabla 14 *Compañía preferida para recrearse*

Compañía para recrearse	N° Personas	Porcentaje
Familia	78	32%
Amigos	95	39%
Novio/a	54	22%
Otros	17	7%
TOTAL	244	100%

Nota: Elaboración propia (2017)

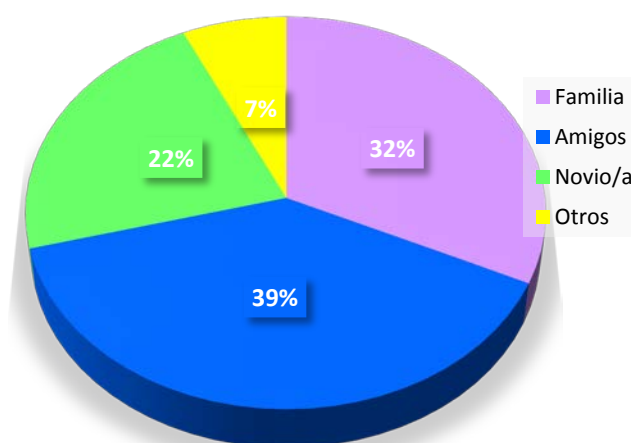


Figura 17 *Compañía preferida para recrearse*

Fuente: Elaboración Propia (2017)

Análisis: El 39% de los encuestados prefieren contar con la compañía de sus amigos y el 32% gustan de ser acompañados o acompañar a sus familiares, el restante 22% la pareja novio o novia, el 7% prefieren estar solos o en todo caso ir acompañados de algún compañero de trabajo.

10. ¿Qué factores considera usted de vital importancia dentro de un lugar de recreación como éste?

R.- La buena atención, servicios novedosos, seguridad y comodidad son algunos de los factores más relevantes para la población, según resultados de la encuesta.

3.3. DEFINICIÓN DEL SERVICIO

Producto/Servicio

3.3.1. Marca del Servicio

La marca planteada para la venta servicios que oferta el parque ecológico y recreativo es: **SIRINGAL**, haciendo referencia a la planta de látex propio de la región amazónica, además de ser una especie de árbol muy codiciado muy explotado en la región por la aportación de goma que otorga.

3.3.2. Presentación del Servicio

El servicio que se brindará a la ciudadanía será de **recreación y descanso** a través del desarrollo de diferentes actividades que se realizará dentro del Parque, **ya sea paseo en caballo, natación en las piscinas, exploración, degustación de alimentos**, etc.

Las diferentes actividades a realizar serán enfocadas a la concientización del cuidado del medio ambiente, cada actividad será para motivar y mejorar el pensamiento de las personas en general acerca del cuidado de las riquezas forestales que posee el departamento de Pando y en si las riquezas con las que cuenta la ciudad de Cobija.

Una razón de peso para posicionar al parque ecológico recreativo como una empresa líder en el mercado, es para **cautivar a la población, valorar la naturaleza** que lo rodea, **conocer** las características de **la amazonia Pandina**, conocer las diversas riquezas forestales, la diversidad de plantas de diferentes especies que existen, animales que posee, los riesgos de extinción de muchas especies, en resumen, conocer más acerca de la realidad que rodea a la ciudad de Cobija, todo para **mejorar la calidad de vida**, corregir y dar cuidado a las costumbres de valor, vivir una vida más saludable.

Las diferentes actividades con las que se propone empezar en el parque ecológico recreativo son:

- **Ciclismo - Natación**
- **Servicio de Restaurante**
- **Turismo dentro del Parque - Paseo en Caballos**
- **Canchas deportivas**
- **Educación ambiental**

3.3.3. Logotipo de identificación del Servicio

El logotipo de identificación de la empresa, está diseñado en base a la naturaleza del negocio, mientras que el slogan conoce las características del servicio.



Se quiere reflejar una porción de la basta riqueza amazónica que posee el departamento de Pando, además de su hermosura.

Por lo cual se diseña un **logotipo con un Guacamayo azul amarillo y en el centro el árbol muy codiciado de Goma** como representantes de los atributos y bellezas exóticas, además de las riquezas naturales que posee Pando dentro de su territorio.

El mensaje que la empresa busca transmitir al consumidor, es ampliamente abordado en el logotipo, sabiendo el fin y exponiendo de la mejor manera el servicio que se ofrece: “Un tiempo de recreación y descanso fuera del estrés que genera la ciudad y sus movimientos.”

Somos conscientes del poder que tiene la marca, el logo como primera impresión del servicio y el slogan como el grito de guerra en la industria.

3.3.4. Slogan

Una parte muy importante de definir es el Slogan, esto para conocer las características que poseerá el Servicio ofertado, este deberá ser conciso lo cual va a permitir que la marca se posicione en la mente de los consumidores positiva o negativamente:

“Siringal – Amazonía que te Encanta.”

Justificada de la siguiente manera:

- ❖ El Slogan incita a conocer la belleza que posee la naturaleza amazónica.
- ❖ Esta dentro del marco, y es hábilmente llamativo y fácil de memorizar.
- ❖ Las palabras claves elegidas para formularla fueron AMAZONÍA, y una palabra que denote acción ENCANTAR.
- ❖ Nos enfocaremos en la diferenciación, ya que es nuestra estrategia genérica.
- ❖ Una alternativa nueva, que logre posicionarse en la mente del consumidor.

DESCRIPCION DEL LOGO

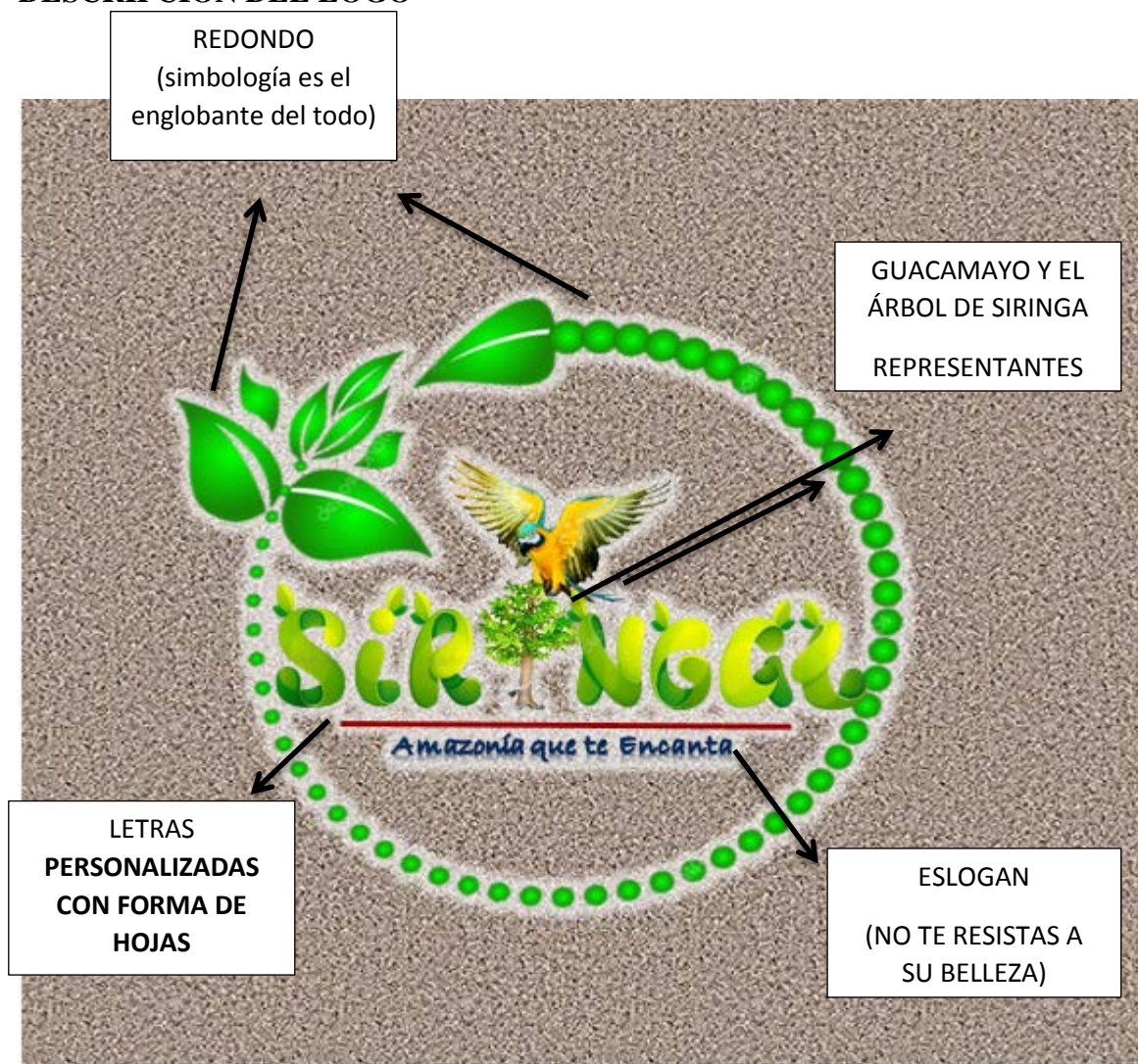


Figura 18 Descripción de LOGOTIPO

Fuente: Elaboración Propia (2017)

3.4. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

3.4.1. Análisis de la demanda

Se conoce como demanda a la cantidad de unidades que los compradores o usuarios, de un bien o servicio, están dispuestos a adquirir por un tiempo determinado y bajo determinadas condiciones de precio, calidad, ingresos, gustos, etc.

El objetivo de analizar la demanda en este proyecto es cuantificar las necesidades de recreación y descanso que poseen las personas, a fin de establecer la demanda insatisfecha que el proyecto pretende satisfacer.

Es necesario conocer las características del proyecto en relación con:

- Su oportunidad en el mercado, si existe demanda insatisfecha del servicio que se desea implementar.
 - **Demanda insatisfecha:** En la que lo ofertado no alcanza a cubrir las exigencias del mercado
 - **Demanda satisfecha:** Donde lo ofertado al mercado es exactamente lo que este requiere. Se pueden reconocer dos tipos de demanda satisfecha; la saturada y la no saturada.
- Su necesidad en el mercado, es decir, si se trata de bienes social y nacionalmente necesario o de demanda de bienes no necesarios o de gusto.
 - **Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios:** que son los que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento.
 - **Demanda de bienes no necesarios o de gusto:** que es prácticamente llamado consumo suntuario, la compra se realiza por satisfacer un gusto y no una necesidad.
- Su temporalidad, que se relaciona a si es que el servicio tiene demanda continua o demanda clínica o estacional.
 - **Demanda continua.-** es la que pertenece durante largos periodos, normalmente en crecimiento, tal es el caso de los alimentos, cuyo consumo ira creciendo mientras crezca la población.

- **Demanda clínica o estacional.-** Es la que en alguna forma se relaciona con los periodos del año por circunstancias climatológicas o comerciales.

Sobre la demanda de Servicios de recreación dentro de la ciudad de Cobija no existen datos históricos por los que se considera los datos obtenidos de las encuestas realizadas.

Si tomamos en consideración que la población objetiva es de 59.521 personas, de las cuales se estima que el 93% según el estudio de mercado visitara las instalaciones de la empresa, obtenemos como resultado un total de 55.354 personas que probablemente desean visitar el Parque Ecológico y Recreativo.

3.4.2. Proyección de la Demanda

Tabla 15 *Proyección de Demanda*

AÑO	t	Demanda del Producto o Servicio
2017	0	55.354
2018	1	58.952
2019	2	62.784
2020	3	66.865
2021	4	71.211

Nota: Elaboración propia (2017)

Donde:

P (t)= Población para un año determinado

Po= Población inicial

T= Tiempo proyectado

i= Tasa de crecimiento en Cobija es del 6,5%

3.5. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

3.5.1. Análisis de la oferta

La oferta se refiere a las **cantidades de un bien o servicio que los ofertantes están dispuestos a producir** a los posibles precios del mercado, el servicio que se oferta se encontraría dentro de una oferta desarrollada en una economía de libre mercado, donde los productores o comerciantes se encuentran en libre competencia. Ahora bien, al ser la primera empresa que oferta un servicio diferenciado de recreación es controlada por los respectivos jefes de supervisión.

Se ha podido apreciar que existen algunos oferentes de servicios de recreación que han tenido periodos de vigencia muy cortos en el mercado, por no cumplir las expectativas de los demandantes; entre ellos muchos que si han logrado permanecer en el mercado sin embargo su servicio es diferente al del presente proyecto, por lo que se constituyen en la oferta indirecta.

3.5.2. Proyección de la oferta

Considerando que al igual que la demanda **no existen datos históricos del servicio en la ciudad de Cobija**, lo cual dificulta determinar la obtención de la oferta histórica, se procedió con una recolección de datos visitando algunos de los lugares más frecuentados para divertirse, se visitó diferentes locales y se recolectaron sin dificultad datos numéricos entre ellos, la capacidad máxima de personas que tiene para atender sin dificultad cada lugar.

Los dueños o encargados de estos establecimientos (Avaroa, Jarinal, Cedrillos), concuerdan en que la capacidad máxima de sus establecimientos es de 400 a 600 personas, siendo los días feriados y fines de semana “domingo”, los días más visitados por la población.

La crisis, un factor muy resaltante en la economía de Cobija, no ha sido muy relevante en el crecimiento de la demanda que en los últimos meses ha mantenido su concurrencia, alguien dijo *“los domingos son cuando más la gente viene y hasta falta personal”* lo que nos permite decir que a pesar de la crisis, las población es consiente en que la recreación distracción y entretenimiento es un factor muy importante en el diario vivir.

Con los datos proporcionados por las estadísticas de dichos balnearios y parques acerca del número de personas que son capaces de atender, y tomando en cuenta el porcentaje de crecimiento de la población 6,5% se obtuvo los siguientes datos:

Tabla 16 *Proyección de la Oferta*

AÑO	OFERTA DEL SERVICIO
2017	24.000
2018	25.560
2019	27.221
2020	28.991
2021	30.875

Nota: Elaboración propia (2017)

3.5.3. Análisis de la Competencia

La ciudad de Cobija carece de ambientes especialmente dedicados a brindar comodidad, delicadeza, espacios dedicados al cuidado y servicio de las familias Cobijeñas. La competencia para el presente proyecto según estudios realizados, es nula porque como se mencionó, no hay lugares específicos que brinden los servicios que ofrece el Parque Ecológico y Recreativo.

Sin embargo se hace referencia a la competencia indirecta, servicios similares al que se oferta, pero que no satisfacen todas las expectativas que posee la población.

3.5.4. Demanda Insatisfecha

Por conceptualización, la demanda insatisfecha resulta de restar la demanda de la oferta, como se puede observar en la siguiente ecuación: $DI = D - O$

Donde:

DI= Demanda Insatisfecha

D= Demanda existente

O= Oferta existente

Tabla 17 *Proyección de Demanda Insatisfecha*

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2017	55.354	24.000	31.354
2018	58.952	25.560	33.392
2019	62.784	27.221	35.562
2020	66.865	28.991	37.874
2021	71.211	30.875	40.336

Nota: Elaboración propia (2017)

Como se puede observar existe una alta demanda insatisfecha en cada año de la serie analizada, lo que permite asegurar que el proyecto es viable desde el punto de vista del mercado.

3.6. COMERCIALIZACIÓN

La forma de comercialización será por ventas de contacto directo con las personas, porque proporciona ventajas como; poder cerrar más fácil la venta, tener la capacidad de percibir información de los posibles clientes brindando posibilidades de cambiar las estrategias, contacto directo con cada cliente, entre otros.

3.6.1. Canal de Distribución:

Al ser un proyecto con un servicio nuevo en el Municipio de Cobija, se optara por una forma de comercialización que responderá de manera acertada a las peculiaridades del servicio a ofrecerse y del mercado.

El canal de comercialización son aquellas vías que permiten el traslado del servicio o bien, desde los productores hasta los usuarios o cliente final. Lo mencionado se puede observar de la siguiente forma:



La atención al cliente es directa, por lo que se pretende con personal capacitado que deje una excelente impresión a cada cliente, para asegurar con una próxima visita.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO ESTRATÉGICO DEL PROYECTO

Para definir un tipo de estrategia que defina el panorama general sobre el modo de actuar de la empresa dentro del mercado, se deben considerar estrategias específicas para conquistar el mercado meta, lograr el posicionamiento de la empresa, definir la mezcla de mercadotecnia que se requiere y los niveles de costos en mercadotecnia que se necesitara. Por ello es de vital importancia diseñar un plan de Marketing.

4.1. Plan de marketing

Se elabora un diseño de Plan de Marketing, para el Parque Ecológico Recreativo, con el propósito de determinar las estrategias con las que debe contar para su correcto posicionamiento en el mercado.

4.1.1. Presentación y análisis de la industria

4.1.1.1. La Competencia.

Pando es un departamento en desarrollo, carece de entidades que satisfagan las diferentes necesidades que posee la población que lo habita, su rápido crecimiento poblacional incita a ejecutar diferentes proyectos de inversión (lugares de descanso, de recreación, entre otros), un parque recreativo es una de estas necesidades. Según datos, en el departamento existe basta necesidad de un espacio donde familias puedan ir a compartir, un espacio libre del trabajo, donde solo se preocupen de disfrutar y divertirse.

El proyecto Parque ecológico recreativo tiene como fin satisfacer las necesidades que presenta la población, puesto que dentro de la ciudad no se encuentra una entidad que posea estas características, por lo tanto no existe competencia directa para dicho proyecto.

4.1.1.2. Diagnóstico Del Entorno

Se empleara el análisis **PEST-EL** y el análisis **FODA**, para estudiar claramente los aspectos que sobresaltan en el ambiente donde se desempeñara el Parque Ecológico Recreativo Siringal, con el fin de analizar cada aspecto y así poder tener conocimientos acerca del entorno y los factores más relevantes que afectan directa o indirectamente en el desarrollo de las actividades que realizara el parque para así poder establecer una óptima estrategia.

4.1.2. Análisis PESTEL

Es una herramienta de planificación Estratégica para comprender el crecimiento o declive del mercado, y en consecuencia, la posición, el potencial y la dirección de negocio.

Compuesto por las iniciales de *factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales*.

Factores Políticos

❖ La Constitución Política del Estado reconoce a la amazonia boliviana como un espacio estratégico de especial protección para el desarrollo integral del país por su elevada sensibilidad ambiental, biodiversidad existente, recursos hídricos y por las eco-regiones.

❖ La amazonia boliviana comprende la totalidad del departamento de Pando, la provincia Abel Iturralde del departamento de La Paz y las provincias Antonio Vaca Diez y José Ballivián del departamento del Beni.

El desarrollo integral de la Amazonia boliviana, como espacio territorial selvático de bosques húmedos tropicales, de acuerdo a sus específicas características de riqueza forestal extractiva y recolectora, se regirá por lo dispuesto en la presente ley en beneficio de la región y del país.

(LEY DE DESARROLLO INTEGRAL DE LA AMAZONIA BOLIVIANA BRUNO RACUA) donde el principal objetivo es priorizar, planificar participativamente y promover el desarrollo integral sustentable de la amazonia boliviana en beneficio de las naciones y pueblos indígena originario campesinos, la población de la región y del país.

Factores Económicos

❖ En cuanto a los ingresos reales por actividad económica de este tipo de servicio; se observa que en la región hace falta más sectores de entretenimiento, lo cual al ser una empresa pionera en este tipo de actividad y preservación del medio ambiente en la región y considerando lograr estrategias para ganar mayor captación de clientes se pretende tener una capacidad positiva de utilidad económica para la empresa.

❖ La estructura del empleo por categorías de ocupación, varía según la actividad económica desarrollada por las empresas de los servicios estudiados; es importante señalar que las actividades de entretenimiento presentan un representativo porcentaje de personal permanente; sobre lo cual se puede inferir que esta actividad económica está brindando una mayor estabilidad a las personas que les genera empleo.

Factores Sociales

Se busca aprovechar los espacios naturales y sus paisajes para incentivar al cuidado del medio ambiente por todos los beneficios que este ofrece. Adicionalmente a través de las actividades físicas, espirituales, ecológicos y culturales se puede educar y concienciar a las personas sobre el cuidado del medio ambiente, ya que son un componente lúdico para la mayoría de personas

Factores Tecnológicos

- ❖ Algunas tecnologías ambientales que mantienen el desarrollo sostenible son: el reciclaje, purificación del agua, tratamiento de aguas residuales, mejoras ambientales, y energía renovable.
- ❖ Es el tipo de tecnología ambiental que se pretende aplicar en el ámbito de esta empresa, para un óptimo desarrollo y ejecución de actividades y funciones.

Factores Legales

- ❖ “Los Parques y Reserva Nacionales, los Monumentos Naturales y otros espacios protegidos, integran un sistema formado por extensos territorios, los medios materiales y humanos que hacen a su administración, protección y manejo, el marco normativo que los regulan y toda una trama de relaciones necesarias para su funcionamiento.” (del Plan de Gestión Institucional para los Parques ecológicos y Nacionales, Resolución HD No 142/2001).

En el marco de los lineamientos fijados en dicho plan, el presente cuerpo normativo actualiza y reúne la normativa de carácter general para tramitar la aprobación de las documentaciones necesarias para la ejecución de obras en las diversas áreas territoriales bajo jurisdicción de la Administración de Parques Nacionales y ecológicos.

(DIRECCIÓN DE OBRAS E INVERSIÓN PÚBLICA - REGLAMENTO DE CONSTRUCCIONES PARA LOS PARQUES NACIONALES MONUMENTOS NATURALES Y RESERVAS NACIONALES)

Normas tales como:

De Las Tramitaciones

- ✓ De las obras en general, permiso y aviso de obra.
- ✓ De la documentación necesaria para tramitar permiso de construcción.
- ✓ Verificación previa y aprobación definitiva.
- ✓ Consulta preliminar de propuesta.
- ✓ Del otorgamiento de permiso de construcción – pago de derechos.
- ✓ Del certificado final de obra y habilitación.
- ✓ De la modificación y/o ampliación de obra, planos conforme a obra.
- ✓ De la inspección de las obras.
- ✓ De las infracciones y penalidades.
- ✓ De los planos de mensura.

Del Proyecto y Ejecución de las Obras.

- ✓ Clasificación de locales.
- ✓ Altura mínima de locales y distancia mínima entre solados.
- ✓ Áreas y lados mínimos de locales.
- ✓ Iluminación y ventilación natural de locales.
- ✓ Escaleras - accesibilidad para personas con movilidad reducida.
- ✓ Instalaciones sanitarias.
- ✓ Instalaciones eléctricas.
- ✓ Instalaciones contra incendio.
- ✓ Cercos.
- ✓ Del diseño arquitectónico, materiales y tratamiento exterior.
- ✓ De la ejecución de las obras – profesionales – constructores

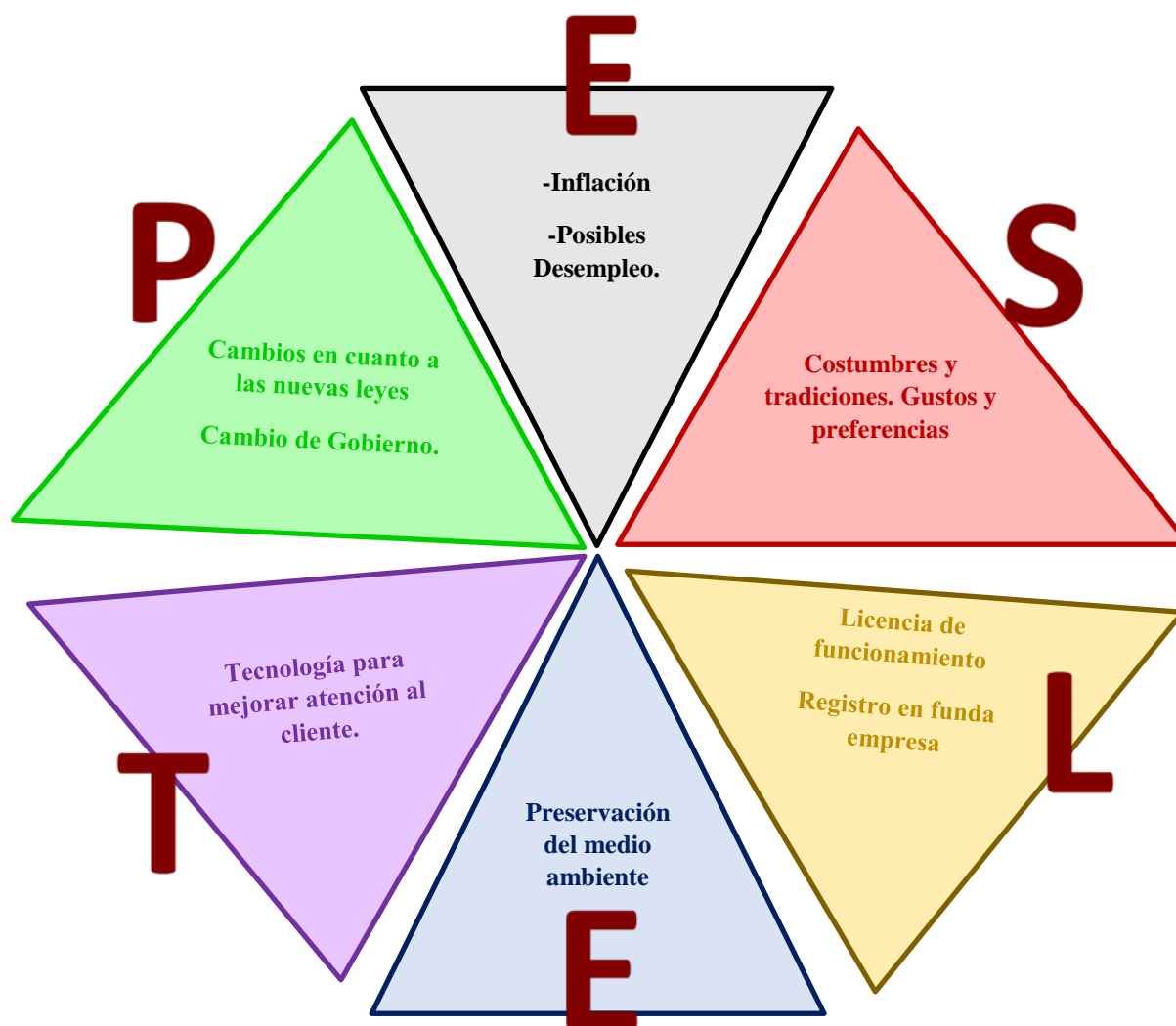


Figura 19 Análisis PESTEL
Fuente: Elaboración Propia (2017)

4.1.3. Análisis FODA

El análisis FODA es una de las herramientas de planificación estratégica, y se la utiliza y es diseñada para realizar una análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa.

Oportunidades Y Amenazas.

Oportunidades

- ❖ Referente como opción turística del Departamento.
- ❖ Crecimiento rápido en el mercado mediante la implementación de estrategias innovadoras.
- ❖ Participación en la conservación del medio ambiente a través de educación ambiental y desarrollo de procesos de reforestación que permitirán efectos positivos en la zona donde se ubica el Parque Ecológico.
- ❖ Liderar en el mercado como el único Parque Ecológico Recreativo.
- ❖ Organizar campañas junto al Ministerio de Medio Ambiente.
- ❖ Desarrollo y crecimiento en la economía departamental.

Amenazas

- ❖ Entrada de nuevos competidores en el mercado.
- ❖ Incremento de la crisis económica, que disminuya el poder adquisitivo.
- ❖ Los desastres naturales, repentinos y torrenciales lluvias afectarían el desarrollo de las actividades que se programan dentro del parque ecológico recreativo.

Fortalezas y Debilidades

Fortalezas

- ❖ Apoyo de las autoridades gubernamentales en cuanto a las campañas de concientización y hasta en proyectos de regeneración de los árboles talados.
- ❖ Inexistencia de competencia directa.
- ❖ Innovación: Ofertar un servicio innovador dentro del mercado de entretenimiento.
- ❖ Constante desarrollo de procesos recreativos, de actividad física, adaptándose a las características y necesidades de quienes asistan al Parque Ecológico.

- ❖ Las actividades se desarrollan con la participación de Capital Humano idóneo “Instructores de natación”, con el conocimiento y aptitudes requeridas para desarrollarlas apropiadamente.
- ❖ Se busca el desarrollo de procesos espirituales y culturales que permitan el crecimiento personal y social de quienes participan.
- ❖ El lugar ofrecerá un ambiente más seguro para la práctica y promoción del deporte.

Debilidades

- ❖ El desarrollo de las actividades se limita al predio adquirido; además son necesarios altos recursos económicos para realizar una expansión.
- ❖ Lograr el posicionamiento en el mercado implica un alto gasto en estrategias de comunicación y promoción de los servicios que se van a prestar en el Parque Ecológico.
- ❖ Este tipo de actividades son estacionales; la gran afluencia de personas de la región sólo se presentan los fines de semana y en las temporadas de vacaciones se presenta la llegada de personas a nivel nacional. Estándar
- ❖ El éxito del Parque Ecológico, depende directamente del correcto desarrollo de los procesos de servicio al cliente de quienes laboran en la empresa.
- ❖ Al aumentar las actividades; los procesos de preservación del medio ambiente se hacen más complejos debido a que debe existir un control y generación de consciencia más efectivo sobre todos los que ingresen al Parque Ecológico Siringal, para que cuiden todas las zonas.
- ❖ La población aún desconoce su existencia.
- ❖ Zona de ubicación alejada de la ciudad, lo que dificulta la visita constante de la población.

4.1.4. Filosofía empresarial

Visión

Hacer del Parque Ecológico Recreativo “Siringal” **el atractivo turístico natural más importante** a nivel departamental.

Misión

El **Parque Ecológico y Recreativo Siringal** tiene como propósito, ofrecer un paquete de servicios (recreación y esparcimientos) al mercado, teniendo en cuenta una excelente calidad en todos nuestros servicios que garantice la satisfacción plena de los clientes.

Principios

- ❖ Servicio al Cliente diferenciado.
- ❖ Educación ambiental y respeto por el medio ambiente.
- ❖ Calidad de vida para el trabajador y para el cliente.
- ❖ Ética y profesionalismo.
- ❖ Honestidad: valores morales, educación y muy buena conducta.
- ❖ Integridad: lealtad y transparencia; se promoverá al cuidado de la naturaleza.
- ❖ Respeto: Trato personal dignidad e igualdad.
- ❖ Pasión: actitud positiva, entusiasta e innovadora.
- ❖ Trabajo en equipo: constante mejora del trabajo colectivo. Se valorara el aporte de los demás y se validara las decisiones con los colegas.

Valores

- ❖ **Innovación:** Utilizar diferentes actividades como lúdicas y recreación para hacer que la estadía en el Parque sea de alto grado de satisfacción y mantener una permanente investigación incorporando los gustos, necesidades de los clientes y las políticas relacionadas con la preservación de la salud y el ambiente.
- ❖ **Puntualidad:** En el tiempo de servicio a nuestros clientes.
- ❖ **Calidad:** Brindar siempre el mejor servicio a nuestros clientes.
- ❖ **Logro:** Observar los resultados de nuestro trabajo con orgullo y satisfacción.
- ❖ **Rentabilidad:** Generar utilidades para promover el desarrollo de nuestros colaboradores y el de nuestra región.
- ❖ **Conciencia social:** incentivo hacia el cuidado y protección del ecosistema
 - Se seguirán las reglas y reglamentos. (Ley N° 1333 Ley del Medio Ambiente, reglamento general de Áreas protegidas y ley 1580 de ratificación del convenio de diversidad Biológica)

4.1.5. Estrategia Genérica

Se utilizará la **Estrategia Competitiva de Diferenciación Amplia**, por los atributos y las características que poseerá el servicio que se brindará al cliente, para ello se estudió cuales son atributos que consideran importante en cuanto al servicio que les ofrecerá el Parque Ecológico Recreativo.

El objetivo es incorporar estos atributos que desean los clientes al servicio, de forma que no sólo atraiga a una amplia variedad de clientes, sino que también sea lo bastante diferenciable de los servicios de la competencia indirecta para mantenerse aparte de ellos; al respecto, un servicio muy diferenciado siempre es preferible a uno poco diferenciado.

Una estrategia de diferenciación implica una propuesta de valor única para el cliente. El **Parque Ecológico Recreativo Siringal**, debe contar con **un servicio diferenciado que posea un valor percibido**.

La diferenciación exitosa permitirá:

- ❖ Fijar un precio mayor por el servicio.
- ❖ Obtener lealtad por parte del cliente hacia su marca (porque a algunos clientes les atrae mucho las características distintivas y se sienten unidos a la empresa y sus productos).

Las característica distintiva de los servicios que posee el Parque Ecológico Recreativo “Siringal” en relación con su competencia indirecta será: la diversidad de flora y Fauna típica de la Amazonia Pandina, la gran variedad de áreas de recreación (zona de aventura, rutas caballo, amplios jardines, área de suministro, área deportiva y Bar-Restaurant), y finalmente una atención personalizada que se le brindara al cliente por medio de los diferentes servicios que se ofrecen lo cual nos proporciona una ventaja competitiva.

4.1.5.1. Factores claves de éxito de la estrategia

- Servicio 100% de Calidad.
- Personal capacitado, el cual proporcionará una atención especializada.
- Servicio nuevo e innovador en el mercado.
- Propicio para la recreación, descanso e investigación de los visitantes (bienestar y salud).

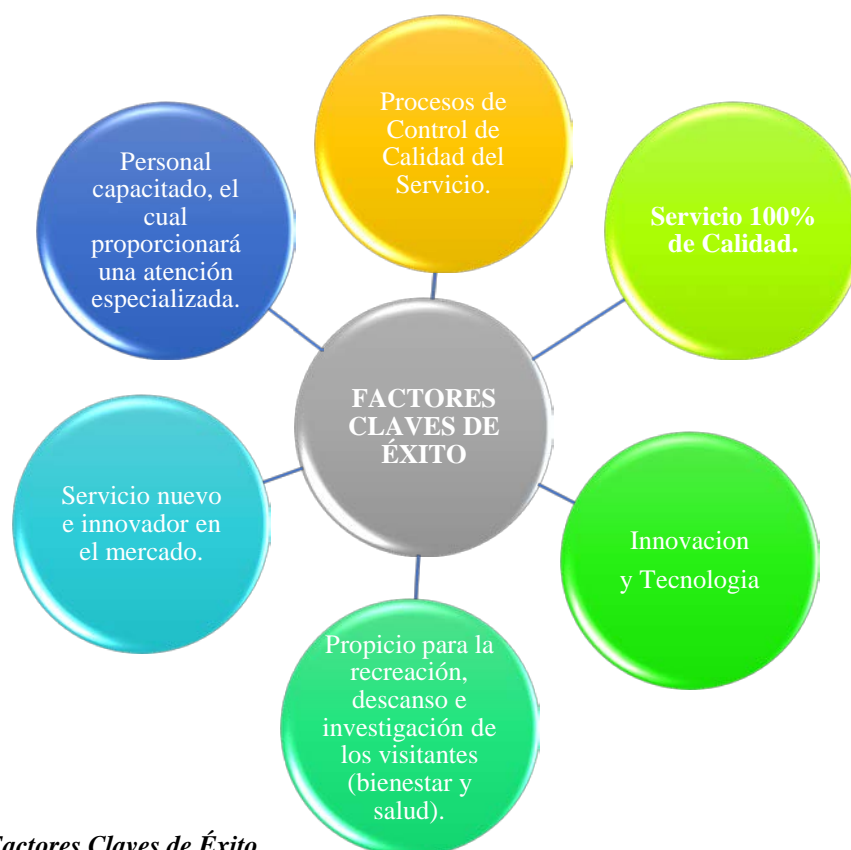


Figura 20 Factores Claves de Éxito

Fuente: Elaboración Propia (2017)

4.1.6. Propuesta de valor para el Cliente

El servicio estará regido por la ética y profesionalismo; se debe contar con personal adecuado y capacitado, para entregar un servicio eficaz y de calidad, ya que cada uno de los funcionarios estará especializado en cada área del parque.

El Parque Ecológico Recreativo Siringal estará rodeado de plantas exóticas y bosques exuberantes, poseerá una pequeña variedad de fauna nativa de la región para la atracción de los visitantes, se contará con una zona deportiva (cancha sintética, cancha de tenis, cancha de básquet y cancha de voleibol de arena) a elección de los visitantes, también con una gran variedad de actividades recreativas entre ellas: los parques infantiles, piscinas, paseo a caballo, zona familiares, entre otras las cuales permitirá al usuario disfrutar de lugar extenso y agradable, un área apropiado para el desarrollo de actividad física y mental, un espacio recreativo donde a

su vez logre desligarse del ambiente de trabajo al que se está acostumbrado, y en el que consiga compartir con familiares y amigos en contacto con la naturaleza.

**“La Alegría Y Bienestar
Es Tan Solo El Inicio“**

La visita más agradable que hayas experimentado, el Parque Ecológico Recreativo Siringal te invita a disfrutar de sus deleites al lado de tu familia y amigos.



- ❖ Un lugar nuevo, novedoso, agradable, divertido, rodeado de la naturaleza amazónica.
- ❖ Piscinas, zonas deportivas, parques infantiles y más.
- ❖ Excelente atención, comida gourmet, etc.

Todo lo mejor para compartir con tus seres queridos

4.1.7. Marketing Mix

Se realiza el proceso de planificar y ejecutar la concepción del servicio, fijación de precios, promoción y distribución del servicio ofertado, el análisis la estrategia interna desarrollada.



Figura 21 Marketing Mix

Fuente: Elaboración Propia (2017)

4.1.7.1. Producto

El Servicio contará con atribuciones tangibles e intangibles donde incluyen la presentación, el precio, el prestigio, pero sobre todo la buena atención. Para **cautivar a la población, para aprender a valorar la naturaleza, conocer** las características de **la amazonia Pandina**, para **mejorar la calidad de vida**, corregir y dar cuidado a las costumbres de valor, vivir una vida más saludable.

El Parque Ecológico Recreativo cuenta con los siguientes servicios:

- *Ciclismo*
- *Natación*
- *Servicio de Restaurante*
- *Turismo dentro del Parque*
- *Paseo en Caballos*
- *Canchas deportivas*
- *Educación ambiental*

El servicio lleva consigo una garantía de calidad de servicio, en caso de no cumplir con las expectativas debe ser compensado para cuidar de la fidelidad del cliente.

- ❖ Atención personalizada a los clientes en los puntos de venta con respeto y cortesía.
- ❖ Realizar un seguimiento post-venta al cliente.
- ❖ Realizar publicidad escrita, repartiendo en las empresas trípticos y afiches en forma de catálogos con los mejores servicios que la empresa ofrezca.
- ❖ Promocionar los servicios.

4.1.7.2. Marca

La empresa se acogerá a una marca de familia, es decir que habrá un solo nombre de marca que distinguirá al servicio que se oferta, sin embargo este nombre de marca será de la compañía y también se utilizará un logotipo o emblema que simbolice e identifique la finalidad de la empresa, que es primeramente entregar un servicio diferenciado, lograr la satisfacción del cliente al visitar el Parque y concientizar a que se cuide la riqueza amazónica que existe dentro de la ciudad y del departamento.

El nombre y/o una señal con la cual se identifica el servicio es SIRINGAL, siendo la siringa un árbol muy codiciado y explotado dentro del departamento

El nombre de la marca que elaborará la empresa es:

- ❖ Un nombre fácil de pronunciar, deletrear y recordar.
- ❖ Un nombre atractivo.
- ❖ Identifica fácilmente la finalidad de la empresa.
- ❖ Evoca ideas agradables.
- ❖ Proporciona una identidad positiva de los servicios.

4.1.7.3. Precio

El precio debe cubrir el costo de los servicios que se brindarán, además debe generar un margen de beneficio y ser racional para atraer a los consumidores de la competencia. Existe varios métodos para determinar los precios; el método que se utilizará es en base los costos totales que se tiene para la atención al cliente. Se determina un margen de un margen de utilidad. Este análisis se determinará en el capítulo financiero.

4.1.7.4. Promoción

Se pretende aumentar el deseo de compra de los consumidores y por este motivo es necesario realizar promociones en fechas importantes, ya sea por navidad, día de la madre, día del padre, día del amor y la amistad, vacaciones etc., realizando rifas o combos promocionales, el 2X1 o los descuentos según se amerite.

4.1.7.5. Publicidad

El propósito general de la publicidad es la de incrementar el nivel de ventas, su resultado depende de cómo se la emplearán las estrategias de publicidad que se tengan, toda publicidad irá dirigido a las familias pertenecientes al departamento, a los turistas que visiten la ciudad, a la población en general. (Los diferentes presupuestos se detallaran en el capítulo financiero)

Se la realizara a través de:

Televisión:

Elaborar un spot publicitario que permita hacer llegar la información audiovisual del servicio, conocer las características del parque, sus atracciones y sus áreas de descanso y juego (Canal Universitario y SPC canal 15) durante todos los meses del año, pero se intensificara los pases en los meses claves de venta (febrero, mayo, septiembre y diciembre).

Radio:

Es un medio de comunicación masivo que permitirá llegar a los lugares más extensos y alejados de la ciudad además de ser un medio más accesible. A través de un excelente y llamativo spot de audio. (Radio Universitaria y Espacio FM) se difundirá la inauguración del parque, describiendo siempre las características que posee para que el cliente se sienta atraído.

Banners:

Se propone realizar vallas con un diseño llamativo y creativo de las características que poseerá el Parque Ecológico y Recreativo, para ser colocados en puntos estratégicos de mayor circulación de la ciudad (Aeropuerto, terminal, parque piñata, plaza principal) con el fin de introducirnos en la mente de los consumidores y hacer conocida la marca.

4.1.7.6. Plaza

El Parque Ecológico Recreativo pretende ser ubicada cerca de la ciudad entre Cobija y Porvenir, será ubicada en una zona de fácil acceso por lo que permitirá una mayor concurrencia de los visitantes, además que el lugar ayudara al posicionamiento constante en el mercado meta, debe ser un lugar amplio y tranquilo que cuente con todos los servicios básicos para compartir un tiempo de descanso, recreación y esparcimiento.

CAPITULO V

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

El estudio administrativo y legal, es el marco en el que desenvuelve la organización de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas coordinadas y controladas para el logro de objetivos. Se considera como el patrón establecido de relación entre los componentes de la organización. Existen tipo de formas legales para realizar operaciones de negocios en Bolivia, a partir de las mismas, se determinó que la empresa sea una sociedad de responsabilidad limitada.

La sociedad de responsabilidad limitada es una figura jurídica por un mínimo de 2 socios y un máximo de 25, la responsabilidad de cada socio se encuentra limitada, cada socio cuenta con un número de acciones dependiendo del capital aportado y solo responden con sus aportaciones, no tienen derechos sobre los bienes adquiridos, pero si sobre el capital y utilidades de la misma (Código de comercio Titulo IV Capitulo 3). Decreto Ley N° 14379 del 25 de febrero del 1977)

Dentro de la figura administrativa y legal para el establecimiento de la empresa en Bolivia se deben cumplir los siguientes pasos o normativas:

a) FUNDAEMPRESA

Registro de la empresa en fundación para el desarrollo empresarial “FUNDAEMPRESA”, en la cual se realizara la inscripción de acuerdo a la personería jurídica que corresponda y se obtendrá la MATRÍCULA DE REGISTRO DE COMERCIO.

Para habilitar el registro en FUNDAEMPRESA previamente, se deberá elaborar los siguientes documentos:

- Documento de constitución elaborado por abogado y declarado ante notario de fé publica.
- Publicación en periódico de circulación nacional.
- Balance de apertura con Certificado de Solvencia del Profesional que lo elaboró.
- Poder del Representante Legal.
- Formulario de Inscripción de la Empresa en el Registro de Comercio.

b) NUMERO DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA (NIT)

Elección de régimen tributario será la clasificación de impuestos nacionales, con el cual se obtiene un Número de Identificación Tributaria (N.I.T.) y de acuerdo al capital invertido se clasifica en el régimen general o régimen especial o simplificado. Categorizada la empresa se realiza el pago de impuestos, dependiendo de las utilidades que obtenga a empresa.

El NIT es el Número de Identificación Tributaria que se debe consignar en todos los trámites y documentos presentados para el cumplimiento de obligaciones tributarias. La emisión de facturas, notas fiscales o documentos equivalentes.

c) LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

La empresa debe obtener licencia de funcionamiento del Gobierno Autónomo Municipal de Cobija de la actividad económica, la cual tiene vigencia de dos años.

d) CAJA DE SALUD

Afiliación del personal de la empresa a una caja de salud para cumplir con la norma social vigente y la cobertura de seguros de salud.

e) ADMINISTRADORAS DE FONDOS DE PENSIONES (AFP'S)

El registro de la empresa a una de las administradoras de fondos es de carácter obligatorio. Las AFP'S vigentes son previsión y futuro. Es de carácter obligatorio para el empleador, con el objetivo fundamental de establecer un fondo de renta de vejez para su personal dependiente del seguro social obligatorio (SSO) de largo plazo.

La empresa cumple la función de ser agente de retención del aporte que realizan los dependientes en un 12,75% sobre el total ganado, además que se debe realizar un aporte patronal obligatorio del 3%.

f) MINISTERIO DE TRABAJO

Obtención del certificado de inscripción en el registro de empleadores del ministerio de trabajo. E registro de empleadores en el municipio de trabajo autoriza la utilización del libro de asistencia y/o sistema alternativo de control de personas, en cumplimiento de las normas legales vigentes en el país.

CAPITULO VI

6. ESTUDIO TECNICO DEL PROYECTO

“El estudio técnico del proyecto debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. Para ello deberán analizarse las distintas alternativas y condiciones en que se pueden combinar los factores productivos, identificando, a través de la cuantificación y proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital, los costos y los ingresos de operación asociados a cada una de las alternativas de producción”

En este capítulo se analizará los diferentes parámetros técnicos que deberá cumplir la empresa para su correcto funcionamiento, así como determinar los requerimientos curriculares, materiales, tecnológicos, humanos y de infraestructura, con la finalidad de diseñar y brindar un servicio de calidad.

Entre los requerimientos que se analizarán está el espacio físico que se necesitará, además se especificará la distribución para llevar a cabo las actividades de las diferentes áreas, a fin de brindar adecuadamente el servicio. El personal profesional necesario para llevar a cabo esta empresa, es otro aspecto a considerar ya que permitirá diseñar puestos, obligaciones y remuneraciones.

El vislumbrar la cantidad de material a emplear en las diferentes áreas que poseerá el parque ecológico recreativo ayudará a minimizar los costos unitarios de producción y su incidencia en el precio final y rentabilidad de la empresa.

6.1. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Se conoce como tamaño en este caso de un parque, a la capacidad máxima para la cual ha sido instalada. Esta capacidad se expresa en la cantidad de personas que pueden estar al mismo momento dentro de las instalaciones.

6.1.1. Factores que determinan el tamaño.

Los factores que se tomaron en cuenta para determinar el tamaño del proyecto, en el presente estudio de factibilidad, serán:

- a) **Tamaño del mercado:** El primer caso en la selección del tamaño de un parque suele ser la revisión de los resultados del estudio de mercado, tendiente a determinar si la dimensión del mercado potencial estimado para el proyecto justifica o no su instalación. En este caso, en base al estudio retrospectivo y prospectivo de la demanda del mercado se llega a conocer el número de visitantes que tendrá el parque ecológico recreativo para cada periodo, y de esta forma se determina el tamaño idóneo de las instalaciones del proyecto. Es relevante mencionar que la demanda debe ser superior al tamaño propuesto, con el objeto de reducir el riesgo de las operaciones del parque y satisfaga las necesidades de los visitantes.

Se llegó a la conclusión de que se puede contar con una demanda diaria superior a las 150 personas entre adultos y niños, este dato es un promedio del total de visitas semanal estimado, puesto que los fines de semana se estiman tener una demanda de no menor a 400 personas en el día, razón por la cual está más que justificada la posible instalación del parque.

b) La capacidad financiera: Para brindar un servicio de calidad en el Parque Ecológico Recreativo, los recursos financieros necesarios serán destinados a la compra de equipos de computación, muebles, útiles de oficina, así como equipos de pesca, de cabalgata, entre otros necesarios para el adecuado desarrollo y funcionamiento de las actividades que se realizarán dentro del Parque Ecológico Recreativo. Inicialmente se pretende que el proyecto cuente con recursos Financieros propios, sin embargo de no contar con estos recursos en su totalidad se optará a préstamos bancarios y luego se podrá contar con todos los recursos financieros que se logre recaudar por las ventas de boletos de entrada los cuales serán reinvertidos en el proyecto.

c) Tipos de Servicios que se prestarán a los visitantes: el contacto con la naturaleza y disfrutar de un ambiente natural. Para brindar tales servicios es necesario contar con un tamaño adecuado del parque, para satisfacer las expectativas de los visitantes.

d) Características del mercado: El primer paso en la selección del tamaño de un parque, suele ser la revisión de los resultados del estudio de mercado, tendiente a determinar si la dimensión del mercado potencial estimado para el proyecto justifica o no su instalación.

En este caso, en base al estudio retrospectivo y prospectivo del mercado se llegó a la conclusión de que se puede contar con una demanda diaria superior a las 10.000 personas entre adultos y niños, razón por la cual está más que justificada la posible instalación del parque.

e) **Disponibilidad de mano de obra:** El Parque Ecológico Recreativo contará con los servicios que prestarán diferentes profesionales de distintas ramas gerenciales.

Para contar con la participación oportuna de estos profesionales, se estructurará una base de datos especificando la formación, experiencia, área de enseñanza y disponibilidad de tiempo; esto permitirá diseñar los objetivos de aprendizaje, programas y horarios de los diferentes eventos de capacitación.

f) **Disponibilidad de materiales directos:** Los materiales directos necesarios para desarrollar las actividades dentro del nuevo Parque Ecológico Recreativo constituyen el material que se ofrece a todas las personas que en su ingreso reciben su folleto guía, además de que dentro del parque podrán participar en las diferentes actividades de recreación como ciclismo, natación, deportes mixtos entre otros, por lo que se contará con los materiales pertinentes (bicicletas, equipos de natación, pelotas deportivas entre otros), para cumplir con las demandas de la población.

6.1.2. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto se ha establecido tomando en cuenta la demanda real proyectada del mismo. Ésta es mayor al tamaño seleccionado, por tal razón se pretende captar un 1% de la demanda real proyectada para cada una de los cinco periodos. Las instalaciones físicas del proyecto serán de 10.000 m² para construir el proyecto, tamaño que se considera necesario para satisfacer el porcentaje de demanda determinado. Durante el inicio del proyecto es recomendable captar un bajo porcentaje del mercado, para reducir riesgo en las operaciones del proyecto.

6.1.3. Diseño y estructura del proyecto

El espacio en que desarrollará el diseño del proyecto, tendrá una dimensión inicial de 10.000 m² El diseño del parque ecológico recreativo se divide en tres grandes áreas, las cuales han sido consideradas según la afluencia de personas en cada una de ellas y de acuerdo con sus actividades, siendo estas:

1. Área accesible al público.
2. Área público – privada.
3. Área privada.

Dichas áreas del parque contienen un número determinado de pequeños lugares, que serán colocados en una forma estratégica para aprovechar al máximo el terreno.

En el área accesible al público se pueden encontrar los servicios sanitarios, parque, juegos infantiles, juegos familiares, senderos, un centro cultural educativo, un centro de reciclaje y canchas poli-funcionales.

En el área pública – privada están los lugares donde se combinan las actividades para los visitantes, como trabajos que conciernen únicamente al personal del parque. Entre los lugares que se contemplan para este tipo de área están las casetas de vigilancia, oficina administrativa, las cafeterías y el vivero.

El área privada solo podrán tener acceso las personas que trabajan en el parque. El único lugar que será utilizado bajo esta definición será la bodega de mantenimiento.

Tabla 18 Áreas del Parque Ecológico y Recreativo

ÁREAS	SUB-ESPACIOS	MTS ²
ACCESIBLE AL PÚBLICO	Servicios sanitarios	60
	Juegos infantiles	125
	Áreas familiar	350
	Senderos de interpretación	2.350
	Zona de bosque natural	5.250
	Centro cultural educativo	150
	Herbario	125
	Cafetería - Restaurant	250
	Boletería	10
	Parqueo	645
PUBLICO PRIVADO	Oficina administrativa	50
	Vivero	435
PRIVADO	Bodega de mantenimiento y deposito	200
TOTAL EN MTS² DEL DISEÑO		10.000

Nota: Elaboración propia (2017)

6.1.4. Localización del Proyecto

En este punto se evaluara la localización del diseño del parque ecológico recreativo, donde se proponen lugares dentro del municipio de Cobija que pudieran considerarse para su ubicación. Para dicha evaluación se tomaron en cuenta factores tales como: la disponibilidad de la energía eléctrica, la accesibilidad del agua potable, accesibilidad del público, el costo del terreno y el impacto ambiental que debe poseer el lugar en donde se pretende elaborar el proyecto.

El Parque Ecológico Recreativo pretende ser ubicada cerca de la ciudad entre Cobija y Porvenir, a 15min partiendo de Cobija, está ubicada en una zona de fácil acceso por lo que permitirá una mayor concurrencia de los visitantes, además que el lugar ayudara al posicionamiento constante en el mercado meta, debe ser un lugar amplio y tranquilo que cuente con todos los servicios básicos para compartir un tiempo de descanso, recreación y esparcimiento.

6.2. INGENIERIA DEL PROYECTO

6.2.1. Definir el servicio del proyecto

El objetivo de la Ingeniería del Proyecto es explicar los procedimientos o procesos técnicos a través de los cuales se podrían obtener los objetivos del proyecto, es decir, aporta los datos técnicos y económicos que faciliten establecer sus costos de construcción y explotación.

Se definirán a continuación los servicios que contemplara el proyecto:



Figura 22 Servicios dentro del Parque ecológico y recreativo.
Fuente: Elaboración Propia (2017)

6.2.2. Diagrama del flujo del proceso del Servicio

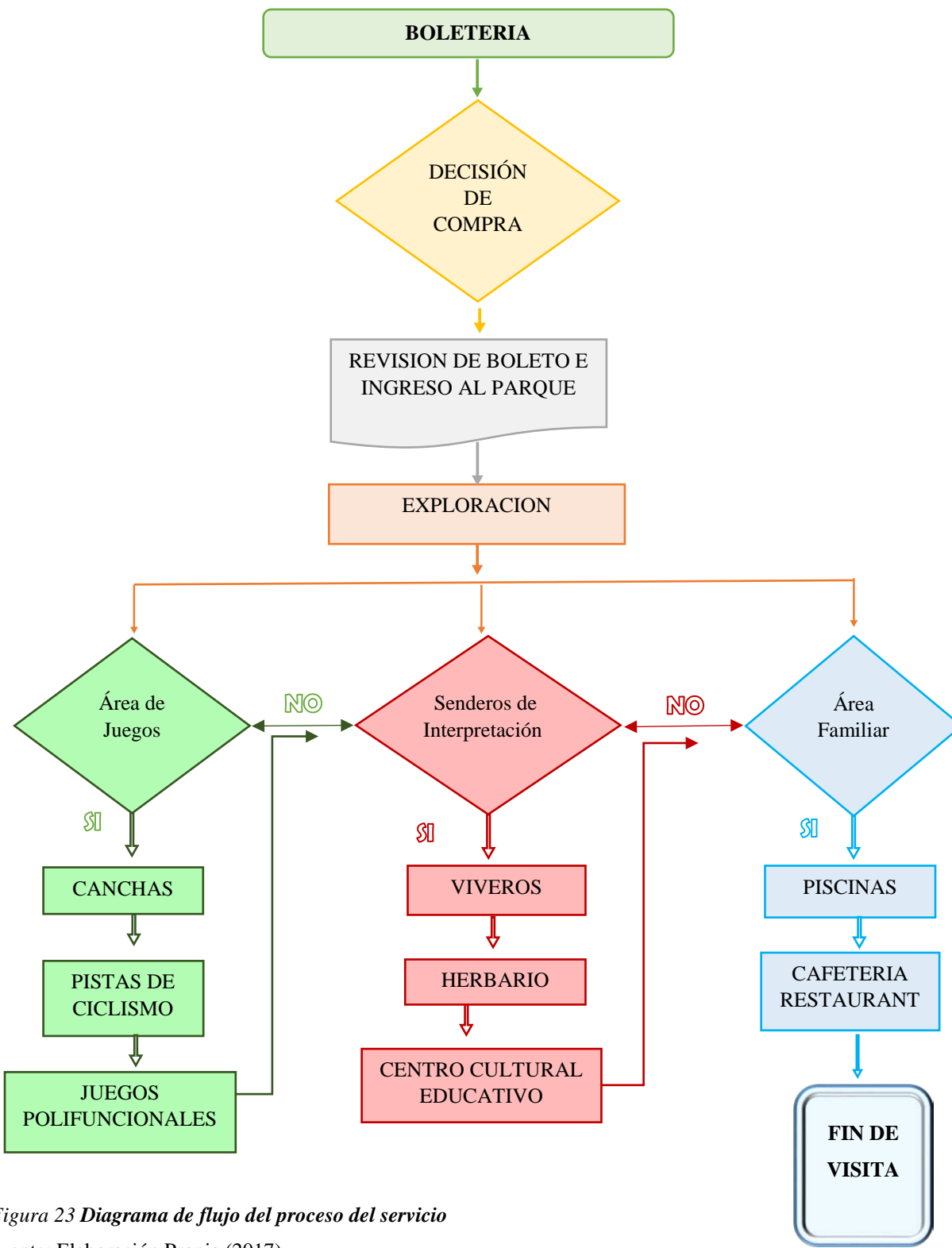


Figura 23 Diagrama de flujo del proceso del servicio

Fuente: Elaboración Propia (2017)

6.2.3. Descripción del Proceso de Comercialización

El ingreso de los visitantes al parque si cuentan con vehículo luego estacionarlo, podrá ingresar a comprar sus boletos de entrada y de no ser así y llegan en un vehículo particular, ingresaran de manera inmediata de la siguiente forma:

- ❖ **Boletería:** Compraran sus boletos antes de ingresar al parque tanto adultos y niños.
- ❖ **Revisión de boleto e ingreso al parque:** Para mejor desempeño y evitando desorden y pérdidas de menores, se ingresara de manera ordenada luego de entregar el boleto al respectivo supervisor.
- ❖ **Exploración:** El visitante tendrá diversas opciones para comenzar la aventura dentro del parque ecológico recreativo:
 - **Área de Juegos:** podrán tener acceso libre a las canchas, juegos infantiles, pista para quienes deseen maniobrar en bicicleta.
 - **Senderos de interpretación:** realizar caminatas para ejercitar sus articulaciones, caminar para bajar de peso, pensar, relajarse, caminar en compañía de alguien especial. Disfrutar del paisaje, del vivero donde podrá comprar plantitas, entre otras cosas.
 - **Área familiar:** Podrán disfrutar de las piscinas, cafetería y restaurant para pasarla bien en familia.

Todos estos servicios son los más relevantes para el parque ecológico recreativo, posterior se podrán realizar innovaciones conforme va creciendo la demanda y los servicios del parque ecológico recreativo.

6.2.4. Descripción del área del proyecto:

El área donde se desarrollará el presente proyecto se caracteriza por ser un terreno plano y con algunas pendientes. El área corresponderá a ser un bosque húmedo sub-tropical, una región con un alto nivel de precipitación, 1865 mm en promedio según datos estudiados.

Cuenta con un clima tropical y por las características propias de la zona tropical tiene fácil producción de cultivos de: maíz, cacao, café, yuca o mandioca, arroz, frutas tropicales, legumbres y hortalizas, el clima y suelo del municipio de Cobija, posee todas las capacidades para producir diversas hortalizas y vegetales, lo que se recomienda hacer para generar de esta forma ingresos económicos a más familias.

6.3. REQUERIMIENTOS

Para presentar, en términos monetarios, la cantidad total que se deberá invertir al inicio del proyecto, para la construcción y montaje del diseño del parque ecológico recreativo Siringal en Cobija, se elaboró el presupuesto, a través de las siguientes partidas: Costos de construcción, de mobiliario y equipo de oficina y del equipo operativo.

El costo de construcción se elaboró, alistando cada una de las secciones requeridas en el diseño, obteniendo el costo individual de cada una y la sumatoria de todas ellas conforman el costo de construcción. Todos los precios presentados fueron proporcionados por una empresa constructora quienes proporcionaron un presupuesto del costo de construcción por metro cuadrado.

6.3.1. Edificaciones y distribución

Tabla 19 Edificaciones y Distribución (Expresado en Bolivianos)

	U.M.	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Terreno	M2	10.000	17,46	174.600
Oficinas Administrativa	M2	50	1.500	75.000
Boletería	M2	11	1.000	11.000
Bodega de mantenimiento y deposito	M2	200	2.100	420.000
Cerco Perimetral	M2	10.000	250	2.500.000
Área Familiar	M2	350	850	297.500
Servicios Sanitarios	M2	60	1.500	90.000
Juegos Infantiles	M2	125	1.500	187.500
Centro Cultural Educativo	M2	150	2.100	315.000
Canchas poli funcionales	M2	250	1.000	250.000
Herbario	M2	125	1.500	187.500
Vivero	M2	435	1.500	652.500
Cafetería - Restaurante	M2	250	2.100	525.000
Parqueo	M2	100	1.000	100.000
Total Costo De Edificaciones Y Distribución				5.785.600







Nota: Elaboración propia (2017)

Las edificaciones y/o infraestructuras que requiere el presente proyecto se caracteriza por su materializad y está sujeta en su mayor parte a la depreciación que es gradual.

6.3.2. Maquinarias y equipos

Las máquinas y equipos se establecieron con base a las necesidades de las actividades del parque y de la distribución del diseño de sus instalaciones.

Tabla 20 Maquinarias Y Equipos (Expresado en Bolivianos)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	COSTO TOTAL	MUESTRA
Motor De Agua	3	700	2.100	
Equipo de Sonido	1	4.040	4.040	
Rozadora	5	1.960	9.800	
Frízer	2	3.890	7.780	
Cocina	1	5.019	5.019	
Equipo De Computación	2	1.800	4040	
TOTAL COSTO DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS				32.779,00

Nota: Elaboración propia (2017)

6.3.3. Insumos generales:

Agua: es un bien que requiere tener el parque ecológico, puesto que es el elemento principal área el mantenimiento del mismo, además, de los animales y vegetaciones que el parque tenga bajo su protección.

Energía eléctrica: La energía eléctrica permite el funcionamiento de las maquinarias que requiere el parque ecológico, además del alumbrado del mismo, es un insumo indispensable.

Tabla 21 Servicios Básicos (Expresado en Bolivianos)

DETALLE	COSTO ANUAL
Agua Potable	6.000
Energía Eléctrica	18.000
Material de Escritorio	3.000
Gastos Generales	6.000
TOTAL SERVICIOS BASICOS ANUAL	33.000

Nota: Elaboración propia (2017)

6.3.4. Personal

Muestra todo el personal que se precisa para el funcionamiento del Parque Ecológico Recreativo, y se cuantifica en término monetarios cada uno de los puestos de trabajo, al mismo tiempo se detalla las actividades que desarrollaran cada uno de ellos.

6.3.4.1. Organigrama

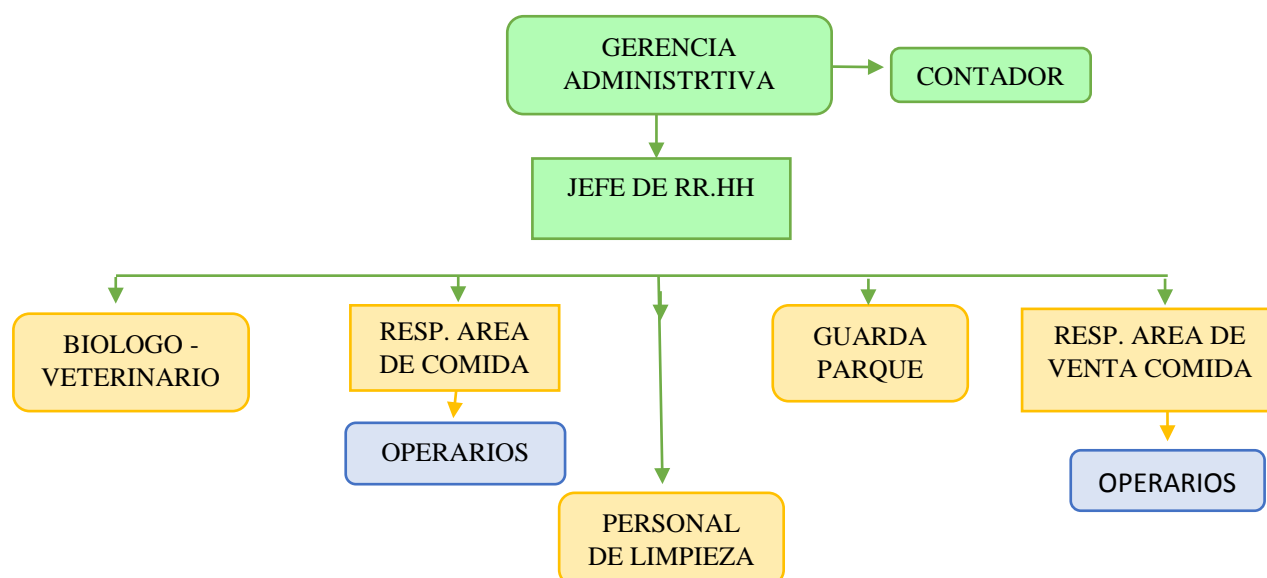


Figura 24 Organigrama del Personal

Fuente: Elaboración Propia (2017)

6.3.4.2. Cuantificación y salarios del personal

Un rubro importante en todo proyecto, es la mano de obra, por lo que se requiere identificar y cuantificar el personal que se precisa, identificar la mano de obra directa e indirecta.

Tabla 22 Personal para el Parque Ecológico Recreativo (Expresado en Bolivianos)

CARGO	N°	H. MENSUAL Bs.	TOTAL H.M. Bs.
Administrador	1	5000	5000,0
Contador	1	2000	2000,0
RRHH	1	4000	4000,0
Biólogo - Veterinario	1	5000	5000,0
Guarda Parque	2	6000	12000,0
Personal de Ventas	3	6000	18000,0
Chef	1	3500	3500,0
Auxiliares	5	10000	50000,0
Personal Limpieza	5	10000	50000,0
SUMAS TOTALES		51.500	149.500,0

Nota: Elaboración propia (2017)

6.3.4.3. Descripción de funciones:

- ✓ **Administrador:** Es el encargado de supervisar que todas las actividades del parque Ecológico Recreativo funcionen de manera satisfactoria.
- ✓ **Contador:** Encargado de mostrar informes a la gerencia, donde muestren el registro de contabilidad de los movimientos monetarios de bienes y derechos del parque.
- ✓ **Responsable de RRHH:** Es el encargado de contratar y coordinar al personal que labora en el parque.
- ✓ **Biólogo – Veterinario:** Se encargara de cuidar la protección de los animales y plantas que se encuentren en el parque.
- ✓ **Guarda parques:** Se encargaran de proteger y preservar todas las áreas del parque.
- ✓ **Personal de ventas:** Se encargara de las ventas y promociones de las entradas al parque

- ✓ **Personal de comidas:** Chef que se encargara de las comidas para ofertar al cliente.
- ✓ **Operarios auxiliares:** personal de apoyo en las diferentes áreas (ayudantes de cocina, meseros, ayudantes en área ecológica, recreativa, o de ventas).
- ✓ **Personal de Limpieza:** personal que coordinara con los responsables de las áreas recreativas, ecológicas para la limpieza de las diferentes áreas.

6.3.5. Muebles y Enseres

Los muebles y enseres para el Parque Ecológico y Recreativo serán aquellos que según las necesidades deben tomarse en cuenta para ejecutar eficazmente las actividades dentro del Parque, para tener un cliente satisfecho y que los funcionarios correspondiente tengan la comodidad y habiente adecuado para desempeñar sus funciones.

Se detalla monetariamente y se cuantificara la inversión de los muebles y enseres que se utilizaran para el funcionamiento del Parque Ecológico Recreativo.

Tabla 23 Muebles y Enseres (Expresado en Bolivianos)

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	MUESTRA
<i>Línea Telefónica</i>	1	200	200	
<i>Escritorio</i>	2	700	1400	
<i>Sillas Giratorias</i>	2	144	288	
<i>Mesa con sillas de Madera</i>	15	3500	52.500	
<i>Mesas con sillas Rusticas</i>	30	3.432	102.960	
<i>Sillas de descanso</i>	50	264	13.200	
<i>Sillas Para Tomar Sol</i>	50	500	25.000	
SUMA TOTAL			195.548,00	

Nota: Elaboración propia (2017)

Para brindar un adecuado servicio es importante contar con las herramientas y equipos operativos necesarios. Se establecieron las necesidades de equipo operativo, a partir de los trabajos que se realizaran y la cantidad de personal que participara en las actividades operativas.

6.3.6. Estrategias de Promoción y comunicación

Se utilizara dos medios de publicidad que serán la televisión y radio por medio de los cuales se pretende llegar al cliente, a través de Spots en los cuales se promocionara al Parque Ecológico Recreativo.

Tabla 24 Medios de comunicación (Expresado en Bolivianos)

Medios	Categoría	Costo
Canal 21 	A) 17 pases al día.	A) 1.200 Bs.
	B) 13 pases al día.	B) 800 Bs
Televisión 	A) 17 pases al día.	ELEGIDO A) 1.200 Bs.
	B) 13 pases al día.	B) 800 Bs.
Radio 	B) 14 veces al día.	B) 800 Bs.
		ELEGIDO B) 800 Bs.
Banners		400bs
Total		2000bs

Nota: Elaboración propia (2017)

Los costos referenciales no son muy elevados por lo que se puede disponer de esta herramienta para emitir las promociones, descuentos que puedan proponerse en distintas temporadas, para que el cliente se sienta más atraído.

Tabla 24 *Presupuesto de Comercialización (Expresado en Bolivianos)*

Presupuesto de Comercialización		
Medios de Comunicación	Tv	Radio
Primer Mes	1.200,00	800,00
Segundo Mes	1.200,00	800,00
Tercer Mes	1.200,00	800,00
Total	3600,00	2400,00

Nota: Elaboración propia (2017)

CAPITULO VII

7. ESTUDIO FINANCIERO

“El análisis financiero es un concepto que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operacionales de un negocio.”

La realización de este estudio permitirá estimar la rentabilidad de la inversión en el Parque Ecológico Recreativo.

Para llevarlo a cabo se recopilara la información generada en los capítulos anteriores, y que se involucran valores monetarios que influyen en el funcionamiento del Parque Ecológico Recreativo, se establecerán los presupuestos de inversión y operación. El presupuesto de inversión detalla los valores de operación detalla los ingresos y egresos que ocasiona el desarrollo de las actividades del proyecto.

La estructura de los presupuestos anteriores, permitirá conformar los diferentes estados financieros, que servirán como base para la evaluación financiera.

La evaluación financiera se efectuara a través de la determinación de la Tasa Interna de Retorno, el Valor Actual Neto, la Relación Beneficio/Costo y el Periodo de Recuperación de la Inversión.

La importancia de este estudio radica en la determinación de la factibilidad de crear un Parque Ecológico Recreativo, así como el impacto económico que provocara y la rentabilidad que generara la utilización de recursos en este proyecto.

7.1. PRESUPUESTOS DE INVERSIÓN

Los presupuestos de inversión muestran las estimaciones monetarias y los desembolsos que se requerirán y realizarán para la instalación de equipar de oficina, diseño de ambientes, servicios, trámites de constitución y activos intangibles, entre otros.

En el presupuesto de inversión se debe considerar los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo que serán necesarios para comenzar con las actividades.

7.2. INVERSIÓN FIJA

Son todos los bienes tangibles que el Proyecto requiere para brindar el servicio de recreación y esparcimiento. En el siguiente cuadro se muestran los activos en que se deberá invertir:

Tabla 25 *Presupuestos de Activos Fijos (Expresado en Bolivianos)*

Detalle	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Maquinaria			32.739,00
Motor de Agua	700,00	3	2.100,00
Equipo de Sonido	4.040,00	1	4.040,00
Rozadora	1.960,00	5	9.800,00
Heladera	5.890,00	2	11.780,00
Cocina Industrial	5.019,00	1	5.019,00
Equipo de Computación			4.040,00
Equipo de Computación	4.040,00	1	4.040,00
Muebles y Enseres			270.548,00
Escritorio	700,00	2	1.400,00
Sillas Giratorias	144,00	2	288,00
Mesa y Silla De Madera	3.500,00	15	52.500,00
Mesa C/Sillas Rustica	3.432,00	30	102.960,00
Sillas de Descanso	264,00	50	13.200,00
Sillas Tomar Sol	500,00	200	100.000,00
Línea Telefónica	200,00	1	200,00
TOTAL			307.327,00

Nota: Elaboración propia (2017)

7.3. ACTIVOS INTANGIBLES

Los activos intangibles o diferidos constituyen aquellos activos que no se los puede medir físicamente pero que se les puede otorgar un valor monetario. Son necesarios para el estudio o implementación del proyecto, licencias de funcionamiento, registros sanitarios, etc.

Entre los activos intangibles se encuentran los siguientes:

Tabla 26 *Inversión Diferida (Expresado en Bolivianos)*

Descripción	Costo Bs.
Tramites Funda Empresa	450,00
Instalación Y Montaje	3.000,00
Gastos De Organización	4.250,00
Imprevistos	2.500,00
Total	10.200,00

Nota: Elaboración propia (2017)

7.4. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo será la inversión de dinero que tendrá que realizar la empresa para llevar un ciclo productivo, en el presente estudio se determinó la gestión mensualmente. Es decir contar con los recursos necesarios para cumplir con las obligaciones asumidas a corto plazo y poder llevar a efectos de manera eficiente y eficaz la prestación el servicio.

Se determina el Capital de Trabajo para el periodo pre – operativo en base en los costos de operación y funcionamiento del primer año, se compone de efectivo para cubrir los gastos administrativos, mano de obra, servicios públicos entre otros, durante el comienzo de la operación así como de materia prima e insumos.

La siguiente expresión permite estimar el capital del trabajo mediante el método señalado

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\text{Costo total año}}{365 \text{ días/año}} * \text{N}^\circ \text{ días ciclo productivo}$$

Tabla 27 Capital de Trabajo (Expresado en Bolivianos)

Capital de Trabajo (Mensual)	Costo Mensual
Gastos Operativos	33.000,00
Gastos Administrativos	1.794.000,00
Gastos De Operación Y Mantenimiento	11400,00
Total	1.838.400,00

Nota: Elaboración propia (2017)

7.5. INVERSIÓN TOTAL REQUERIDA

Conocidos los montos de inversiones fijas, diferidas y el capital de trabajo se elabora la siguiente tabla que refleja la inversión total requerida.

Tabla 28 Inversión Total Requerida (Expresado en Bolivianos)

DETALLE	MONTO TOTAL
INVERISON FIJA	5.013.927,00
Terreno	174.600,00
Obras Civiles	4.611.000,00
maquinaria	28.739,00
Equipo de computación	4.040,00
Muebles y Enseres	195.548,00
Promoción	2.000,00
INVERSION DIFERIDA	10.200,00
Tramites Funda empresa	450,00
Instalación y Montaje	3.000,00
Gastos de Organización	4.250,00
Imprevistos	2.500,00
CAPITAL DE TRABAJO	1.838.400,00
Gastos Operativos	33.000,00
Gastos Administrativos	1.794.000,00
Gastos de Ventas	11400,00
TOTAL INVERSION REQUERIDA	6.871.527,00

Nota: Elaboración propia (2017)

7.6. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO REQUERIDA

La consecución de los fondos que se precisa el proyecto, es financiada una parte con préstamos que pueden ser entidades bancarias o socios (aporte solicitado) y la otra con fondos propios (aporte propio). En el cuadro de financiamiento requerido, cada rubro de inversión será cubierto con recursos propios o aporte solicitado, según conveniencia del proyecto. Se considera que el 60% de la inversión requerida puede ser aportada con fondos propios y el restante 40% con aportes solicitados.

A continuación se detalla la estructura de los aportes:

Tabla 29 Estructura del Financiamiento (Expresado en Bolivianos)

DETALLE	MONTO DE INVERSION	APORTE PROPIO	APORTE SOLICITADO
INVERISON FIJA	5.013.927	2.265.316,00	2.748.611,00
Terreno	174.600	174.600,00	0,00
Obras Civiles	4.611.000	1.862.389,00	2.748.611,00
Maquinaria	28.739	28.739,00	0,00
Equipo De Computación	4.040	4.040,00	0,00
Muebles Y Enseres	195.548	195.548,00	0,00
Promoción	2.000	2.000,00	0,00
INVERSION DIFERIDA	10.200	10.200,00	0,00
Estudios de Investigación	450	450,00	0,00
Instalación y Montaje	3.000	3.000,00	0,00
Puesta en Marcha	4.250	4.250,00	0,00
Organización y Constitución	2.500	2.500,00	0,00
CAPITAL DE TRABAJO	1.838.400,00	1.838.400,00	0,00
Gastos Operativos	33.000,00	33.000,00	0,00
Gastos Administrativos	1.794.000,00	1.794.000,00	0,00
Gastos de Operación y Mantenimiento	11400,00	11400,00	0,00
TOTAL INVERSION REQUERIDA	6.871.527,00	4.122.916,00	2.748.611,00

Nota: Elaboración propia (2017)

Según las estimaciones dadas, es necesario contar con **Bs. 4.122.916,00** como aporte propio que corresponde al 60% del total invertido. El saldo restante un monto de **Bs. 2.748.611,00** corresponde al financiamiento bancario; para así completar el total de **6.871.527,00 Bolivianos** que es la inversión total requerida.

En base al aporte solicitado o financiamiento, se elabora un plan de pagos para cinco años contemplando la amortización que es la cantidad correspondiente a la devolución de una parte del capital es decir del saldo adeudado y los intereses que son los montos que se cancelan por la utilización del capital solicitado en préstamos. Para ello se aplicó la forma de pago variable con una tasa de interés al mercado y entidades financieras del 10% tasa aplicada a créditos de inversión.

Tabla 30 *Plan de Pagos del Financiamiento (Expresado en Bolivianos)*

Año	Saldo Capital	Interés	Amortización Capital	Servicio Deuda
Año 1	2.748.611	274.861	549.722	824.583
Año 2	2.198.889	219.889	549.722	769.611
Año 3	1.649.166	164.917	549.722	714.639
Año 4	1.099.444	109.944	549.722	659.667
Año 5	549.722	54.972	549.722	604.694
Total		824.583	2.748.611	3.573.194

Nota: Elaboración propia (2017)

7.7. ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO

7.7.1. COSTOS E INGRESOS

Costos son valores de los recursos materiales, humanos y financieros que el proyecto utiliza para sus diferentes fases.

- a) Costos fijos: son los costos que permanecen constantes ante cualquier volumen de producción vale decir que no dependen de la producción.
- b) Costos variables: son los costos que varían en forma directa con la variación o cambios en los volúmenes de producción.

Tabla 31 *Proyección de Costos Anuales (Expresado en Bolivianos)*

DETALLE	PRODUCCIÓN				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO FIJO	2.795.380	2.740.408	2.685.436	2.630.464	2.575.492
Sueldos y Salarios	1.794.000	1.794.000	1.794.000	1.794.000	1.794.000
Agua Potable	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Energía Eléctrica	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000
Material de Escritorio	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Gastos Generales	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Depreciación de Activos Fijos	143.797	143.797	143.797	143.797	143.797
Costo Financiero	824.583	769.611	714.639	659.667	604.694
COSTO VARIABLE	13.400	13.400	13.400	13.400	13.400
Materia Prima	11.400	11.400	11.400	11.400	11.400
Comercialización	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
COSTO TOTAL	2.980.864	2.931.287	2.881.711	2.832.134	2.782.557

Nota: Elaboración propia (2017)

7.7.1.1. Costo Unitario de Producción

Indicará el costo de producir una unidad del servicio para cada nivel de producción. El costo promedio total será el resultado de la división del costo total entre la cantidad de unidades producidas a cada nivel de producción.

$$\text{C.U.P.} = \frac{\text{CT}}{\text{QT}}$$

Donde:

CUP= Costo unitario de producción

CT= Costo Total en un año

QT= Cantidad Total a producirse en un año

El costo total por un año se encuentra proyectado en los costos anuales y de acuerdo al tamaño del proyecto se formula la siguiente tabla.

Tabla 32 Costo Unitario de Producción Anual (Expresado en Bolivianos)

Año	Costo Total	Cantidad Total	Costo Unitario de Producción
Año 1	2.808.780,42	55.354	50,74
Año 2	2.753.808,20	58.952	46,71
Año 3	2.698.835,98	62.784	43,00
Año 4	2.643.863,77	66.865	39,54
Año 5	2.588.891,55	71.211	36,36

Nota: Elaboración propia (2017)

El resultado de cada operación anual se observa que el costo unitario de producción es menor, lo cual es beneficioso para el proyecto, siendo que “a mayor producción menor costo” de esta forma se abren las posibilidades para jugar con los precios en el mercado.

7.7.2. Ingresos Anuales Proyectados

Serán los montos de dinero que el proyecto recibe por la venta de cada boleto de entrada al Parque Ecológico y Recreativo. Para determinar los ingresos es importante determinar antes el precio de venta del producto considerando el porcentaje de utilidad que se espera obtener.

Para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$PV = CUP(1+h)$$

Donde:

Pv= Precio de Venta

C.U.P.= Costo unitario de Producción

H= Porcentaje de utilidad que es el 67%

$$Pv = C.U.P.(1+h) = 50,56(1+0,67) = 85Bs.$$

Conociendo por medio de la formula el precio de venta, se calcula los ingresos anuales proyectados multiplicando las cantidades de producción por el precio unitario.

$$I = Q * Pv$$

Donde:

I= Ingresos por ventas

Q= Cantidad

P= Precio unitario de Venta

Tabla 33 *Ingresos Anuales Proyectados (Expresado en Bolivianos)*

Precio De Venta	Producción	Ingreso Total
85	55.354	4.705.090,00
85	58.952	5.010.920,00
85	62.784	5.336.640,00
85	66.865	5.683.525,70
85	71.211,06	6.052.940,00

Nota: Elaboración propia (2017)

7.7.3. Punto De Equilibrio

Umbral de rentabilidad necesario para conocer cuando el valor de los ingresos, es igual al valor de los costos de producción.

Datos:

Ingreso Primer año: 4.705.090,00

Precio de Venta: 85

Costo Fijo total: 2.795.380,4

Costo Variable Total: 13.400

a) Encontrando el Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias

$$PE = \frac{\text{Costo fijo Total}}{\text{Costo Variable Total}} \div \left(1 - \frac{\text{Ventas Totales}}{\text{Precio de Venta}} \right)$$

Reemplazamos en fórmula:

$$PE = \frac{2.795.380,4}{1 - \frac{13.400}{4.705.090,00}}$$

$$P.E. = \frac{2.795.380,4}{1 - 0,0028}$$

$$P.E. = \frac{2.795.380,4}{0,99}$$

$$P.E. = 2.823.616,56$$

b) Encontrando el Punto de Equilibrio en Volúmenes Fijos

$$PE = \frac{\text{Punto de equilibrio monetario}}{\text{Precio de venta}}$$

Reemplazamos en fórmula:

$$PE = \frac{2.823.616,56}{85}$$

$$PE = 33.219,01$$

Este resultado nos dice que para obtener y generar utilidades se tendrá que tener **más de 33.219,01 visitas anuales** en el Parque Ecológico Recreativo, lo cual es favorable ya que el tamaño de proyecto pretende alcanzar 55.354 visitas anuales aproximado, sobrepasando así al punto de equilibrio.

A continuación se efectúa el cálculo del punto de equilibrio para el segundo, tercer, cuarto y quinto año del proyecto.

Tabla 34 Proyección del Punto de Equilibrio (Expresado en Bolivianos)

Año	Costo Fijo Total	Costo Variable Total	Ventas Totales	Punto de Equilibrio (Monetario)	Precio de Venta	Punto de Equilibrio (Volumen)
Año 2	2.740.408,2	13.400,00	5.010.920,00	2.747.756,14	85	32.326,54
Año 3	2.685.436,0	13.400,00	5.336.640,00	2.692.195,95	85	31.672,89
Año 4	2.630.463,8	13.400,00	5.683.525,70	2.636.680,28	85	31.019,77
Año 5	2.575.491,6	13.400,00	6.052.940,00	2.581.205,87	85	30.367,13

Nota: Elaboración propia (2017)

7.7.4. ESTIMACIÓN DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADAS

Se utiliza este instrumento financiero para mostrar si el proyecto es capaz de generar utilidades netas o caso contrario pérdidas.

Tabla 35 Proyección del Estado de Resultados (Expresado en Bolivianos)

DETALLE	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso Brutos	4.705.090	5.010.921	5.336.631	5.683.512	6.052.940
Ventas	4.705.090	5.010.921	5.336.631	5.683.512	6.052.940
Costos Totales	2.808.780	2.753.808	2.698.836	2.643.864	2.588.892
Costo Fijo	2.795.380,4	2.740.408,2	2.685.436,0	2.630.463,8	2.575.491,6
Costo Variable	13.400	13.400	13.400	13.400	13.400
Utilidad Bruta	1.896.310	2.257.113	2.637.795	3.039.648	3.464.048
IUE (25%)	474.077	564.278	659.449	759.912	866.012
UTILIDAD NETA	1.422.232	1.692.834	1.978.346	2.279.736	2.598.036

Nota: Elaboración propia (2017)

La utilidad bruta es calculada de los ingresos generados menos los costos totales por año, a esta utilidad bruta se aplica el impuesto que se paga por las ganancias obtenidas al cierre de , cada gestión contable, de acuerdo a la Ley de Impuestos Municipales sobre el Impuesto a las Utilidades de las Empresas (I.U.E) con una alícuota del 25%, esto en sentido el Parque Ecológico Recreativo será ubicado entre Cobija – Por Venir y contará con los beneficios de la Zona Franca, es decir se encuentra exenta del pago IVA y el IT.

7.7.5. ESTADO DE FLUJO DE FONDOS PROYECTADO

En el flujo de caja se detallan los ingresos y los egresos que tendrá el proyecto durante la vida útil del mismo más la inversión inicial que se vaya a realizar.

Con el flujo de caja se demuestra el grado de liquidez que tendrá el Parque Ecológico Recreativo, lo cual representa la viabilidad y seguridad de la inversión en este tipo de negocio.

El movimiento de efectivo que tendrá el proyecto está previsto en el cuadro que se detalla a continuación.

Tabla 36 Estado de Fondos Proyectado (Expresado en Bolivianos)

DETALLE	Instalación		FLUJO DE FONDOS			
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FUENTES	6.871.526	1.566.029	1.836.631	2.122.143	2.423.533	8.193.008
Aporte Propio	4.122.916	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Prestamos	2.748.610	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Neta	0,00	1.422.232	1.692.834	1.978.346	2.279.736	2.598.036
Depreciación	0,00	143.797	143.797	143.797	143.797	143.797
Valor Residual	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.612.774,25
Capital de Trabajo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.838.400
USOS	6.871.527	824.583	769.611	714.639	659.666	604.694
Inversión en activos Fijos	5.013.927	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversión en activos Diferidos	10.200	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Capital de Trabajo	1.847.400	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Costo Financiero	0,00	274.861	219.889	164.917	109.944	54.972
Amortización	0,00	549.722	549.722	549.722	549.722	549.722
FLUJO DE CAJA	0,00	741.446	1.067.020	1.407.504	1.763.867	7.588.314
FLUJO DE CAJA NETO	0,00	741.446	1.808.467	3.215.971	4.979.838	12.568.151

Nota: Elaboración propia (2017)

7.7.5.1.FLUJO AJUSTADO DE INVERSIONES PARA LA EVALUACION

FINANCIERA

Tabla 37 *Flujo Neto Financiero (Expresado en Bolivianos)*

DETALLE	Instalación		FLUJO NETO FINANCIERO			
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Inversión	4.122.916	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Flujo Financiero	2.748.610	741.446	1.067.020	1.407.504	1.763.867	7.588.314
Flujo Neto Financiero	-6.871.527	741.446	1.067.020	1.407.504	1.763.867	7.588.314

Nota: Elaboración propia (2017)

El flujo financiero de fondos, se construye a partir de los datos del estado de pérdidas y ganancias de la fase de preparación del proyecto.

El paso siguiente es la elaboración del cuadro del Flujo de Inversiones, atendiendo a la estructura del financiamiento y posterior se realiza el Flujo Financiero, con cuyos resultados se procede a la evaluación financiera, encontrando el V.A.N. Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno.

7.8. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

“En la actualidad debido a los grandes riesgos que se incurren al realizar una inversión, se han establecido técnicas que ayuden a realizar un pronóstico en base a información cierta y actual de los factores que influirán al proyecto, con el fin de evaluar los resultados para tomar una decisión clara y oportuna.”

Los riesgos son situaciones que pueden contribuir en el fracaso de la inversión y por consiguiente la pérdida total o parcial de los recursos utilizados, por tal motivo es importante realizar la evaluación del Parque Ecológico Recreativo, para establecer si el proyecto en mención primeramente es viable; si existen las condiciones comerciales, técnicas y de

infraestructura para concretar el proyecto y en segundo lugar para establecer si es rentable o no, si me va a generar ganancias o pérdidas

Para lo cual utilizaré los siguientes indicadores:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Factor Beneficio/ Costo (b/c)

7.8.1. EVALUACIÓN FINANCIERA

Antes de realizar la evaluación financiera y de factibilidad al proyecto, es necesario determinar la Tasa Media de Atractividad del Proyecto TMA, para hacer los cálculos correspondientes en base a los siguientes datos:

Tabla 38 *Parámetros para la determinación de la Tasa Media de Atractividad (TMA)*

VALORES ACTUALIZADOS	%	FUENTE
PR = Premio al riesgo	5,95%	Bolsa de Valores Bolivia
TI= Tasa de Inflación a Septiembre 2017	3,61%	Banco Central de Bolivia
TIP= Tasa de interés Pasiva	2,99%	Banco Central de Bolivia
TASA MEDIA ATRACTIVA	8,98	

Nota: Elaboración propia (2017)

$$TMA = PR + TI + TIP$$

$$TMA = 5,95\% + 3,61\% + 2,99\%$$

$$TMA = 8,98\%$$

7.8.2. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto se define como la sumatoria de los flujos netos de cajas anuales actualizados menos la inversión inicial. Con este indicador de evaluación se conoce el valor del dinero actual, que va a recibir la empresa con su servicio de capacitación.

Para el cálculo del VAN se tomó la tasa de interés, del cálculo correspondiente al TMA que según los resultados obtenidos es de 8,98% que constituye el costo de oportunidad del dinero, considerando que toda inversión debe tener un rendimiento que haga crecer el dinero por encima del índice inflacionario o de la tasa de interés bancaria. Para su cálculo matemáticamente la fórmula del VAN es:

$$\text{VAN} = - \frac{\text{FN}_0}{(1+i)^0} + \frac{\text{FN}_1}{(1+i)^1} + \frac{\text{FN}_2}{(1+i)^2} + \frac{\text{FN}_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{\text{FN}_n}{(1+i)^n}$$

Donde:

FN = Flujo Neto o Saldo de Liquidez Neto

n= Vida útil del Proyecto (años)

i= Tasa de Interés de Actualización.

- 1.- Si el VAN resultante es negativo ($\text{VAN} < 0$), no debe invertirse, porque los ingresos futuros no cubrirán el costo del capital.
- 2.- Si el VAN es igual a cero o cercano a cero ($\text{VAN} = 0$), desde el punto de vista de la rentabilidad es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- 3.- Si el VAN es positivo ($\text{VAN} > 0$) es conveniente realizar la inversión; el proyecto será más atractivo mientras mayor sea su VAN, es decir, la rentabilidad de la inversión está por encima de la tasa de actualización.

Se calcula el VAN del proyecto en base al Flujo Neto Financiero.

El VAN calculado para el presente proyecto en base al Flujo Neto Financiero es de:

$$\text{VAN} = - \frac{6.871.527}{(1+0,089)^0} + \frac{741.446}{(1+0,089)^1} + \frac{1.067.020}{(1+0,089)^2} + \frac{1.407.504}{(1+0,089)^3} + \frac{1.763.867}{(1+0,089)^4} + \frac{7.588.314}{(1+0,089)^5}$$

$$\text{VAN} = - \frac{6.871.527}{1} + \frac{741.446}{1,09} + \frac{1.067.020}{1,187} + \frac{1.407.504}{1,29} + \frac{1.763.867}{1,41} + \frac{7.588.314}{1,54}$$

$$\text{VAN} = 1.981.589,38$$

El Valor Actual Neto corresponde al valor presente de todos los flujos futuros generados por el proyecto, descontados a una tasa que es la Tasa Mínima atractiva (TMA) del 10%. El VAN para el presente proyecto es de Bs. 1.658.319,98 siendo este mayor a cero, por lo que se concluye que el negocio es rentable.

7.8.3. TASA INTERNA DE RETORNO T.I.R.

La Tasa Interna de Retorno, es la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea cero.

Su cálculo fue realizado mediante el tanteo llamado también, por aproximaciones sucesivas hasta acercarnos al VAN=0 hasta obtener un VAN negativo, para ello se propone una tasa de interés “i” relativamente alto y si con esta tasa (i) escogida, el VAN resultante continua positivo, entonces habrá que repetir el cálculo con una tasa de interés “i” mayor hasta obtener un VAN negativo.

Se procede con el cálculo hasta encontrar el VAN igual o menor a “0” y mediante la fórmula del TIR se reemplazan los datos y se obtiene:

$$\text{TIR} = i_1 + (i_2 - i_1) \left[\frac{\text{VAN}_1}{\text{VAN}_1 + \text{VAN}_2} \right]$$

Donde:

Tasa de descuento del ultimo VAN positivo $i_1 = 16\%$

Tasa de descuento del primer VAN negativo $i_2 = 17\%$

$\text{VAN}_1 = 49.412,61$

$\text{VAN}_2 = -177.132,49$

Con la tasa de interés del 34% el VAN calculado es negativo menor a cero por lo tanto los datos para aplicar la fórmula del TIR serán:

$$\text{TIR} = 16 + (17 - 16) \left[\frac{49.412,61}{49.412,61 + 177.132,49} \right]$$

$$\text{TIR} = 17(0,218)$$

$$\text{TIR} = 17,21\%$$

El TIR para el presente proyecto alcanza un **17,21%** siendo mayor a la tasa de descuento que es de 8,98 %; con lo cual se demuestra la viabilidad financiera del proyecto.

7.8.4. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

Es analizar el beneficio de la utilidad neta, sobre los costos que se tienen en el proyecto. Estos costos pueden ser administrativos o financieros Resultados de la relación:

$B/C > 1$ Se da cuando los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es rentable.

$B/C = 0$ Se da cuando los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto no tiene ni pérdidas ni ganancias.

$B/C < 1$ Nos indica que los ingresos son menores que los egresos, en este caso el proyecto no es rentable.

$$B/C = \frac{\frac{B_1}{(1+i)^1} + \frac{B_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{B_n}{(1+i)^n}}{\frac{C_0}{(1+i)^0} + \frac{C_1}{(1+i)^1} + \dots + \frac{C_n}{(1+i)^n}}$$

Donde:

B_1 = Beneficio Bruto en el año 1 y así sucesivamente

C_0 = Costo de inversión momento 0

C_1 =costo en el año 1 y así sucesivamente

$(1+i)$ = Factor de Actualización

n = Periodos (años)

Tabla 39 Relación Beneficio Costo

VALORES ACTUALIZADOS	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
Tasa De Actualización 10%	1,00	0,92	0,84	0,77	0,71	0,65
Ingresos Actualizados		1.436.987,5	1.546.423,	1.639.586,1	1.718.152,5	5.329.780,9
Costos Actualizados	6.871.527	756.637	648.003,9	552.136,3	467.667,1	393.370,3
FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO	-6.871.527	680.350,5	898.419,0	1.087.449,8	1.250.485,3	4.936.410,6

Nota: Elaboración propia (2017)

Tasa = 8,98%

$$B/C = \frac{11.670.930,18}{9.689.341,80}$$

$$= 1,20$$

$$B/C = 1,20$$

La relación beneficio costo tiene como resultado 1,20, esto quiere decir que por cada boliviano invertido se obtendrá 0,20 centavos de utilidad. Lo que indica la factibilidad del proyecto.

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- E crecimiento económico a mediano plazo, disminuir la pobreza y crear oportunidades de progreso para toda la población, particularmente, en una década de acelerados cambios tecnológicos, la capacitación de los recursos humanos constituye un imperativo de gran importancia para el país.
- La amazonia es una de las riquezas forestales más eminente en Bolivia y es la riqueza más valiosa que posee.
- La estabilidad, el descanso físico y mental, la tranquilidad y recreación de las personas constituye uno de los factores más importantes de mayor interés, porque hoy en día vivimos en un tiempo donde la sociedad anda afanada con las labores y no dedican adecuadamente parte de su tiempo al descanso necesario.
- El proyecto tiene una aceptación del 93% según el estudio de mercado lo que demuestra que las necesidades de recreación, descanso y esparcimiento son visibles y poco atendidas, más aun si se considera que dentro de la ciudad de Cobija no existe una empresa que brinde a la ciudadanía un servicio de recreación de calidad.
- Se ha considerado una estructura organizacional simple pero muy ágil para responder a las necesidades cambiantes del mercado. Sin embargo su modificación y mejora de estructura es posible para ir creciendo acorde a las medidas de exigencia de la población.
- El proyecto requiere de una inversión relativamente elevada, pues asciende a 6.871.527,00 Bolivianos. La estructura de financiamiento del presente proyecto es con

recursos propios de la empresa y con financiamiento bancario por lo que se tendrá que recurrir al financiamiento externo.

- El proyecto, de acuerdo a los diferentes criterios de evaluación es RENTABLE de acuerdo a los indicadores de Rentabilidad aplicada.

7.9. RECOMENDACIONES

- Se recomienda ejecutar el proyecto pues permitirá a la empresa otorgar grandes beneficios a la ciudadanía y podrá posicionarse rápidamente dentro del mercado ofreciendo un servicio de capacitación de calidad con programas de certificación completos y reconocidos.
- Realizar alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas de la ciudad para captar un mayor número de participantes y así el proyecto tenga el éxito deseado.
- Poner mucho énfasis en la publicidad y en las técnicas de mercadotecnia a emplear para informar, persuadir y comunicar a la ciudadanía sobre las diferentes actividades a desarrollar dentro del parque.
- Se recomienda que las actividades, la atención al cliente, etc. se adapten permanentemente a las necesidades particulares de la población que se vayan presentando a través del tiempo, dándole seguimiento a las solicitudes específicas de los clientes, respecto a las actividades o preferencias que requieren.
- Se recomienda que de manera trimestral se revise el estado de resultados para determinar si el proyecto está generando rentabilidad, caso contrario tomar medidas oportunas para que el proyecto sea sostenible en el tiempo.

BIBLIOGRAFIA

Best, R. (2005). *Marketing Estratégico*. México: McGraw.

Bravo, J. (1997). *La Ventaja Competitiva*. España: Diaz de Santos S.A.

Castro, C. (1997). *Mercadotecnia*. México DF: Universitaria Potosina.

Contraloría. (5 de 09 de 2017). *contraloria.gob.pa*. Obtenido de

<https://www.contraloria.gob.pa/inec/Archivos/P2351Definiciones.pdf>

de Camino, R., & Sabine, M. (1994). *La definición de sostenibilidad, las variables principales y bases para establecer indicadores*. Costa Rica: Bib. Orton IICA/CATIE.

Definición ABC. (05 de 09 de 2017). *definicionabc.com*. Obtenido de

<https://www.definicionabc.com/general/cliente.php>

DEFINICIONES. (05 de 09 de 2017). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/parque-ecologico/>

Espinoza, S. F. (2007). *Los Proyectos de Inversión*. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.

Fernandez, F. J. (2017). *Guía para la elaboración de un Estudio de Mercado*. Colombia: Standard Copyright License.

García, N. V. (1985). *Selección de documentos para la Formulación de Proyectos*. Colombia: IICA .

GREENSPACE. (05 de 09 de 2017). *facebook.com*. Obtenido de

[https://www.facebook.com/ParqueRecreativoEcologicoGreenspace/posts/3074932393](https://www.facebook.com/ParqueRecreativoEcologicoGreenspace/posts/307493239333106)

33106

harvardbusinesspublishing. (01 de 07 de 2017). *www.harvardbusinesspublishing.com* .

Obtenido de *www.harvardbusinesspublishing.com*

INNATIA. (05 de 09 de 2017). *Innatia.com*. Obtenido de <http://www.innatia.com/s/c-huerta-organica/a-que-es-huerta-organica.html>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing* . México: PEARSON.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de Marketing*. México: PRENTICE HALL INC.

Macedo, J. J. (2006). *Economía*. México: UMBRAL S.A. .

Maria, I., & Dasi Angels, D. C. (2014). Fundamentos de dirección de empresas. En I. Maria, & D. C. Dasi Angels, *Fundamentos de dirección de empresas* (pág. 96). Madrid ESPAÑA: Ediciones PARaninfo.

McCarthy, G., & Perreault, W. (1998). *Marketing y Planeación Estratégica*. Bogotá: Mc. Graw Hill.

Mendizabal, V., & Gonzales, E. (1998). *Contabilidad Financiera Intermedia*. Bolivia: Universidad Mayor de San Simón.

Merino, M. J. (2010). *Introducción a la Investigación de Mercados*. España: ESIC.

Nakasone, G. T. (2005). *Análisis de Estados Financieros para la Toma de Decisiones*. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Orozco, C. H. (1996). *Análisis Administrativo*. Costa Rica: EUNED.

Porter, M. (2004). *Dirección Estratégica*. España: Vértice.

Rosillo, J. (2008). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Colombia: Cengage Learning.

Sapag, N., & Sapag, R. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: Mc Graw Hill.

Turismo. (11 de 09 de 2017). *bolivia.com*. Obtenido de http://www.bolivia.com/Turismo/ciudades/pando/que_visitar.htm

Vega, V. H. (1991). *Mercadeo Básico*. Costa Rica: EUNED.

VÉRTICE, E. (2008). *La gestión del Marketing, producción y calidad en las Pymes*. España: Vértice.

Viscarri, J. (2011). *Modelo de Creación de Valor para el Cliente*. México DF: LAPIZ.

WIKIPEDIA. (17 de 06 de 2017). *wikipedia.com*. Obtenido de <https://www.wikipedia.org/>

Wilson, Edward. (05 de 09 de 2017). *Biodiversidad.gob.mx*. Obtenido de http://www.biodiversidad.gob.mx/biodiversidad/que_es.html

Zorrilla, & Silvestre. (2006). *Diccionario de Economía*. México: Silvestre.

ANEXOS

ANEXO 1

Logotipo del Parque Ecológico Siringal

ANEXO 2

Perspectiva: Acceso Principal

ANEXO 3

Perspectiva: Área de Juegos

ANEXO 4

Perspectiva: Área Café - Snack

ANEXO 5

Perspectiva Restaurante

ANEXO 6

Perspectiva: Área Familiar

ANEXO 7

Perspectiva: Recreación y Juegos

ANEXO 8

Aves Exóticas pertenecientes a la Amazonía Pandina

ANEXO 9

Fauna propia de a la Amazonía Pandina

ANEXO 10

Flora propia de a la Amazonía Pandina

ANEXO 11

Tabla de Depreciación de Activos

Cuestionario Piloto

ANEXO 1

Logotipo del Parque Ecológico Siringal



ANEXO 2

Perspectiva Acceso Principal



ANEXO 3

Perspectiva área de juegos infantiles



ANEXO 4

Perspectiva área de Café - Snack



ANEXO 5

Perspectiva del Restaurante



ANEXO 6

Perspectiva: Área Familiar



ANEXO 7

Perspectiva: Recreación y Juegos



ANEXO 8

Aves Exóticas pertenecientes a la Amazonía Pandina



ANEXO 9

Fauna propia de a la Amazonía Pandina



ANEXO 10

Flora propia de a la Amazonía Pandina



ANEXO 11

TABLA DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

FORMULA:
$$D = \frac{V.I.}{N} = \frac{\text{Valor Inicial}}{\text{Años de vida activo fijo}}$$

DETALLE	Inversión Inicial (Bs.)	Vida Útil	Tasa de Depreciación	Depreciación Anual
Infraestructura	4.785.600,00	40	2,50%	119.640,00
Muebles y Enseres	195.548,00	10	10,00%	19.554,80
Equipos de Computación	4.040,00	4	25,00%	1.010,00
Maquinaria	28.739,00	8	12,50%	3.592,38
Total				143.797,18



CUESTIONARIO PILOTO
UNIVERSIDAD AMAZONICA DE PANDO



PROGRAMA INGENIERIA COMERCIAL

La presente encuesta tiene como finalidad obtener información para la elaboración de un proyecto de factibilidad e implementación de un "Parque ecológico y recreativo en la Ciudad de Cobija."

Género:

EDAD

años

Masculino

Femenino

1. ¿Cuánto en promedio es su ingreso mensual?

- a. 1500 a 3000
- b. 3000 a 4500
- c. 4500 a mas

2. ¿Qué lugares frecuenta para ir a divertirse con familiares y amigos?

- a. Abaroa
- b. Cocamita
- c. Jarinal

Otros, indique que lugares.

.....

3. ¿Le Gustaría que se implemente un Parque Ecológico Recreativo dentro de la ciudad, donde pueda ir a compartir con familiares y amigos?

- a. Si
- b. No

Si no le agrada este servicio por favor indique por qué

.....

4. En caso de que se implemente este tipo de servicio en Cobija ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ingresar a este Parque Ecológico Recreativo que ofrece un servicio de calidad que garantiza recreación y diversión extrema?

- a. 50 a 70 bs
- b. 80 a 100bs
- c. 100 a más

5. ¿Cuántas veces a la semana le gustaría visitar el parque Ecológico Recreativo?

- a. 1 vez a la semana
- b. 2 veces a la semana
- c. 1 vez al mes

6. Que días de la semana preferiría visitar el Parque Ecológico Recreativo

- a. De lunes a Viernes
- b. Fin de Semana

7. ¿Cuáles son las exigencias que espera encontrar dentro del Parque Ecológico Recreativo?

- | | |
|---|---|
| a. Piscinas <input type="checkbox"/> | e. Boutiques <input type="checkbox"/> |
| b. Canchas <input type="checkbox"/> | f. Parque infantil <input type="checkbox"/> |
| c. Snaks <input type="checkbox"/> | g. Lagunas <input type="checkbox"/> |
| d. Restaurants <input type="checkbox"/> | |

Sugerencia.....
.....

8. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información acerca de este Parque Ecológico y Recreativo?

- a. Radio
- b. Televisión
- c. Internet
- d. Periódico
- e. Teléfono
- f. Otros

9. ¿Con quién le gustaría visitar el Parque Ecológico Recreativo?

- a. Familia
- b. Amigos
- c. Novio/a
- d. Otros.

10. ¿Qué factores considera usted de vital importancia dentro de un lugar de recreación como éste?