



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE UN PARQUE RECREACIONAL EN LA CIUDAD  
DE LOJA”**

TESIS PREVIA A OPTAR EL GRADO  
DE INGENIERO COMERCIAL

**AUTOR:**

*Ronald Eduardo Eras Celi*

**DIRECTOR:**

*Inq. Com. Carlos Rodríguez Armijos*

**LOJA – ECUADOR**  
**2013**

# CERTIFICACIÓN

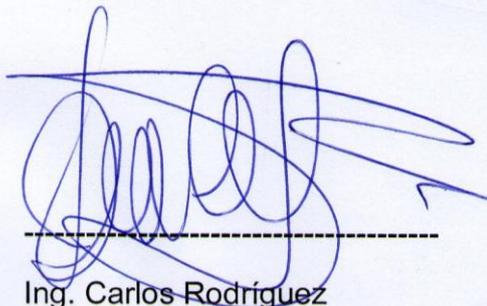
Ing. Carlos Rodríguez

**DIRECTOR DE TESIS Y DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA.**

## **CERTIFICA:**

Que he dirigido y revisado el presente trabajo de investigación sobre el tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE RECREACIONAL EN LA CIUDAD DE LOJA.”**, presentado por el estudiante Ronald Eduardo Eras Celi, luego de realizar las correcciones necesarias y considerando que cumple con los requisitos correspondientes, autorizo su presentación para la sustentación y defensa ante el Tribunal de Grado.

Loja, Abril del 2013



Ing. Carlos Rodríguez

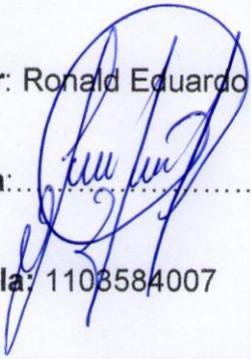
**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo Ronald Eduardo Eras Celi declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

**Autor:** Ronald Eduardo Eras Celi

**Firma:**.....  


**Cédula:** 1108584007

**Fecha:** Loja, Abril del 2013

## **AGRADECIMIENTO**

Uno de los esfuerzos más importantes de mi vida constituye los estudios superiores hasta la profesionalización, por ello expreso mi gratitud, a la Universidad Nacional de Loja a sus autoridades, personal docente y administrativo de la Carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia, por la formación profesional que me ha brindado.

Mi gratitud al Sr. Ing. Carlos Rodríguez Armijos, Director de la presente Tesis, quien generosamente supo orientarme con sus valiosos conocimientos, experiencias y su tiempo en la guía de la presente investigación.

## **EL AUTOR**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto de tesis está dedicado en primer lugar a Dios, porque ha estado conmigo en cada paso que doy bendiciéndome, a mis padres quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación, a mi esposa quien es y fue el pilar principal de motivación y de entrega, depositando día a día su sacrificio, a mis hijos Daniel y Kevin, quienes son como un ángel para mí, que me dan fuerzas cada día para luchar y continuar.

**EL AUTOR**



a. **TÍTULO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE UN PARQUE RECREACIONAL EN LA CIUDAD  
DE LOJA.”**

## **b. RESUMEN**

Este proyecto es un aporte al turismo como un medio de desarrollo sostenible en el Ecuador.

Debido a la necesidad de un establecimiento que ofrezca a los habitantes de la ciudad de Loja y sus turistas, un lugar para disfrutar de entretenimiento como piscinas, toboganes, canchas deportivas de césped sintético, entre otros, y unidos a la necesidad de impulsar el turismo de Loja es que se analiza la factibilidad de crear el presente proyecto como respuesta a estos problemas.

El objetivo de la creación de este parque de recreación es el de brindar diversión segura y diferente a sus clientes, lo que se ofrecerá será un servicio donde cada integrante tendrá un espacio justo a su medida para que pueda recrearse sin importar las condiciones climáticas que caracteriza a la ciudad de Loja, con diferentes atracciones y actividades recreativas.

El presente trabajo corresponde a un estudio de factibilidad destinado a determinar la conveniencia de implementar una empresa de servicio recreativo en la ciudad de Loja. La metodología usada a lo largo de este proyecto utiliza los siguientes métodos y técnicas: Método deductivo, inductivo, analítico, técnicas de observación, entrevista encuesta, revisión bibliográfica.

El estudio se inicia con un análisis situacional en el que se engloba diversas categorías que permiten entender la idea empresarial, utilizando el método deductivo, y la técnica bibliográfica, para elaborar la fundamentación teórica pertinente de los parques recreativos. Inmediatamente el proyecto contempla un estudio de mercado, en el que se determinan las condiciones de la oferta y la demanda, el mismo que estima un total de demanda insatisfecha de 724.003 familias anual, valores obtenidos gracias a técnicas empleadas como son la observación, encuestas y entrevistas.

El estudio técnico permite establecer el tamaño óptimo del proyecto, la demanda insatisfecha de este producto muestra que es viable la implementación de este tipo de empresa, con una capacidad instalada para brindar el servicio a 101.886 familias al año, utilizándose el 100% de la capacidad instalada, durante los 10 años de vida del proyecto, el mismo que tendrá una participación del 14,07% de la demanda insatisfecha, en este parte del proyecto se empleo el método analítico para interpretar algunos resultados y se emplearon técnicas como la observación, encuestas y la revisión bibliográfica para dar sustento a la misma.

La empresa de recreación "LOXA PARK" tiene una estructura organizacional que cumple un papel fundamental en la ejecución del

proyecto, por lo tanto es importante recalcar la participación de las personas necesarias para la administración, y área operativa.

El total de activos fijos es de \$ 357.311 dólares. Activos Diferidos \$ 3.300 dólares, Capital de Operación \$15961,87 dólares, dando un total de inversión de \$ 376.572,87 dólares, se conformara una empresa privada, como su gerente el único propietario el cual dispondrá de un capital de \$210.000 dólares en el Estudio Financiero se evalúa la rentabilidad y un crédito por la cantidad de \$ 166.572,87 dólares. El estado de resultados muestra una utilidad neta de \$ 69.149,60 en el primer periodo y sucesivamente irá incrementándose para los años siguientes.

En la evaluación del proyecto se utilizo el método inductivo que nos ayuda a entender los diferentes factores como se evidenció que el valor actual neto es positivo con un valor de \$ 363.901,43; la tasa interna de retorno de 30,48% es mayor que el costo de oportunidad del capital de 12%, la relación beneficio costo indica que por cada dólar invertido se obtendrá 54 centavos de dólar de rendimiento, la inversión se recuperara en el cuarto año, 7 meses, 6 día; y en base al análisis de la sensibilidad se demuestra un resultado satisfactorio que permite un 14,30% de incremento en los costos, y una disminución en los ingresos del 9,35%. Consecuentemente queda demostrada la factibilidad del proyecto.

## **SUMMARY**

This project is a contribution to tourism as a means of sustainable development in Ecuador.

Due to the need for a store that offers the inhabitants of the city of Loja and tourists, a place to enjoy entertainment such as pools, slides, synthetic turf sports fields, among others, and together with the need to boost tourism Loja is analyzing the feasibility of creating this project in response to these problems.

The purpose of creating this recreational park is to provide safe fun and different to their customers, which will offer a service where each member will have a space just for you so you can recreate regardless of weather conditions that characterized to the city of Loja, with various attractions and recreational activities.

This job is for a feasibility study aimed at determining the appropriateness of implementing a recreational service company in Loja. The methodology used throughout this project uses the following methods and techniques: Method deductive, inductive, analytical, observation techniques, interview survey, literature review.

The study begins with a situation analysis which covers various categories for understanding the business idea, using the deductive method, and technical literature, to develop the theoretical relevance of recreational parks. Immediately, the project includes a market study in determining the conditions of supply and demand, the same as estimated a total of 724,003 families unmet annual values obtained by techniques used such as observation, surveys and interviews.

The technical study allows the optimal size of the project, the unmet demand for this product shows that it is feasible to implement this type of company, with an installed capacity to provide service to 101,886 families a year, using 100% of capacity installed during the 10 year life of the project, which will have a stake of 14.07% of the unmet demand in this part of the analytical method was used to interpret some results and techniques were used as observation, surveys literature review and to give support to it.

The company recreation "Loxa PARK" has an organizational structure that plays a key role in the project, so it is important to emphasize the participation of people necessary for the administration and operational area.

The total assets of \$ \$ 357,311. Deferred Assets \$ 3,300 dollars, Operating Capital \$ 15,961.87 dollars, for a total investment of \$ \$ 376,572.87,

complies with a private company, as the sole owner manager which will have a capital of \$ 210,000 dollars in the Studio Financial performance is evaluated and a credit in the amount of \$ 166,572.87 dollars. The income statement shows net income of \$ 69,149.60 in the first period and go on increasing in subsequent years.

The evaluation of the project will use the inductive method that helps us understand the different factors as evidenced by the net present value is positive with a value of \$ 363,901.43, the internal rate of return of 30.48% is greater than the opportunity cost of capital of 12%, the cost benefit ratio indicates that for every dollar invested will get 54 cents of return, the investment will pay off in the fourth year, 7 months, 6 days, and based on the analysis of sensitivity is demonstrated satisfactory results allowing 14.30% increase in costs and a decrease in revenues 9.35%. Result is demonstrated the feasibility of the project

### **c. INTRODUCCIÓN**

La propuesta, de elaborar un proyecto de factibilidad inversión para la implementación de un Parque Recreacional, se constituye en la generación de una idea innovadora, que permita introducirse en el sistema turístico, que tanta falta le hace a la ciudad de Loja y a la región sur de Ecuador y que de una u otra manera resulta in para quienes tenemos el deseo de superar y dar un aporte a la generación de empleo, al desarrollo de la industria y a buscar nuevos retos profesionales lojanos, que enfrentándose a las nuevas expectativas generadas por la falta de desarrollo industrial que enfrenta nuestra provincia, podrá ser el apoyo que la población requiere.

También es necesario indicar que en la actualidad en la región sur de país no existe una empresa que se dedique exclusivamente a la prestación de este servicio, que está pensado para las familias y en si para toda la población lojana.

El modelo económico de nuestro país, ha permitido dar facilidades para el desarrollo empresarial, existiendo así también ciertas restricciones, especialmente en la región sur, de suma necesidad y más que una prioridad para el Ecuador es iniciar con un verdadero desarrollo industrial, que este acorde con la satisfacción tecnológica actual.

La rama industrial principalmente, en mención es incipiente en esta localidad, por diferentes motivos entre otros la idiosincrasia, ya que muchas de las veces se tiene el falso criterio o concepto que no es conveniente trabajar en organizaciones, puesto que la experiencia ha demostrado algunos fracasos empresariales, pero esto más bien se debe a la ausencia de una buena administración y a la falta de cuadros empresariales, dispuestos a acometer en nuevas actividades y/o asumir riesgos propios de la actividad productiva y en este caso particular la de servicio.

Este servicio está orientado a cubrir las expectativas de la recreación familiar dentro de la ciudad y provincia de Loja, de una forma completa en todos sus sentidos y así mismo que sea asequible a la economía de la familia promedio de nuestra sociedad.

En la primera parte del presente trabajo encontramos el título de nuestro proyecto de factibilidad que es: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN PARQUE RECREACIONAL EN LA CIUDAD DE LOJA”**

Posteriormente, está el marco teórico, relacionado con la elaboración de los proyectos de factibilidad, literatura que nos ayudó la realización de los estudios que intervienen en la elaboración de proyectos, está además la

metodología utilizada en la que se destaca los métodos, técnicas utilizadas en el desarrollo de la investigación, la descripción de cómo se elaboró este proceso investigativo, en este punto también se menciona los materiales utilizados, en el presente trabajo.

En la Exposición y Discusión de Resultados se presenta el desarrollo de la investigación en sí; empezando Estudio de Mercado, analizando la oferta y la demanda, luego se realizó el Estudio Técnico, en el que se detalla la localización de la empresa, el tamaño del proyecto, pasamos posteriormente a realizar el estudio Administrativo, indicando el tipo de empresa, su marco jurídico y la determinación de los organigramas, tanto el estructural como el funcional, además se realizó el Estudio financiero, con un análisis profundo de los activos fijos, activos diferidos, capital de trabajo o activo circulante, las fuentes internas y externas de financiación, el presupuesto de operaciones, los ingresos totales, el estado de pérdidas y ganancias, todo esto proyectado para 10 años de vida del proyecto.

Finalmente en la discusión de resultados concluimos con la evaluación financiera, la misma que nos permitirá cuantificar y determinar los costos que se requerirán para poner en marcha la empresa y los beneficios que se obtendrán esto es la rentabilidad que ofrecerá el proyecto durante su vida útil.

En su parte final se presentan conclusiones y recomendaciones a que se ha llegado con la elaboración del presente proyecto. Para mejor comprensión del trabajo realizado, se han incluido gráficas, anexos, entre otros.

El interés del presente trabajo es dejar constancia del esfuerzo realizado para cumplir con nuestras obligaciones académicas.

## d. REVISION DE LITERATURA

### GENERALIDADES

#### MARCO REFERENCIAL

##### LOS PARQUES

Un parque es un terreno situado en el interior de una población que se destina a prados, jardines y a ser visto 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.

Se conoce como parques también a recintos privados o protegidos, de diversas formas, donde se celebran actividades lúdicas. Se distinguen:

##### TIPOS DE PARQUES:

1. **Parque acuático:** Los parques acuáticos son centros de recreación masiva, construidos y equipados con atracciones y juegos básicamente con agua. Son en esencia centros para disfrutar con seguridad durante horas en

compañía de amigos y familiares. Están ubicados en todas partes del mundo, en cualquier tipo de zona climática, cerca o dentro de las ciudades<sup>1</sup>

### Componentes básicos

Un parque acuático puede tener una diversidad de atracciones muy amplia, que se pueden determinar por la dimensión de terreno, la localización, el plan de negocio que se tenga, etc., sin embargo algunos de sus componentes básicos son:

- Tobogán.
- Piscinas o Albercas.
- Juegos para Niños.
- Ríos Lentos y Rápidos.
- Playas Artificiales (algunos).
- Áreas Administrativas.

2. **Parque de atracciones o diversiones**: Un parque de atracciones o parque de diversiones es un tipo de parque de ocio en el que se encuentran atracciones mecánicas, espectáculos, tiendas, restaurantes, y otros tipos de infraestructuras destinadas sobre todo al ocio y sin apenas tematización.

No tienen una tematización muy definida (zona de la naturaleza, por ejemplo). Si están divididos en zonas temáticas definidas, se trata de parques de atracciones temáticos o simplemente parques temáticos.

---

<sup>1</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Parque\\_de\\_atracciones](http://es.wikipedia.org/wiki/Parque_de_atracciones)

Pueden ser de pequeño tamaño y pocas atracciones, a grandes recintos con numerosas y grandes atracciones, principalmente montañas rusas.

Los hay de sistema de pago en el que se paga por atracción montada, a veces a través de sistemas de puntos (fichas) que en algunos parques tienen su propio nombre, y de sistema de pago en que se adquiere una entrada general con acceso gratuito a todas o casi todas las atracciones y espectáculos<sup>2</sup>

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

Los parques temáticos se han popularizado en el mundo, tanto en países industrializados como en vías de desarrollo, porque atraen a una gran población, especialmente infantil y juvenil y son una oportunidad para crear conciencia acerca de temas que antes fueron relegados al espacio de la escuela como la ciencia y las matemáticas, temas de preocupación mundial

---

<sup>2</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Parque\\_de\\_atracciones](http://es.wikipedia.org/wiki/Parque_de_atracciones)

como la ecología o temas vistos como restringidos a una clase intelectual como la tecnología, la antropología, la geología y otros. Muchas compañías comerciales, con el fin de promocionar racionalmente sus productos, crean parques temáticos, por ejemplo, fábricas, compañías cinematográficas y medios de comunicación (radio, televisión, prensa). Por otra parte, muchos estados los crean alrededor de actividades tendientes a la protección del medio ambiente (explotación minera) o la educación cívica.

#### Clasificación de los Parques Temáticos:

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

Según su tamaño podríamos distinguir entre:

**Ferias:** Atracciones tradicionales, carácter temporal y pequeño tamaño.

**Parques de atracciones:** Atracciones tradicionales con alguna de última generación basada en simuladores en la mayoría de casos, gran tamaño y emplazamiento fijo.

**Family Entertainment Centers.** Son parques cubiertos, abiertos todo el año, cercanos a un centro urbano, donde lo que se busca atraer son familias.

**Parques temáticos tradicionales.** Atracciones tradicionales adaptadas a la temática, atracciones con desarrollo narrativo, puesta en escena y entornos

adaptados a la temática (inclusive el personal), espectáculos itinerantes o fijos dentro del parque de carácter teatral, desfiles, gags cómicos o demostraciones.

**Gran tamaño**, servicios de restaurante y regalos muy desarrollados. En ocasiones adscritos a zonas turística con servicios hoteleros ajenos al parque.

**Resorts**. Engloban parques temáticos con varias zonas (atracciones de tierra, zonas de parque acuático, atracciones de última generación.), además disponen de zonas de ocio nocturnas, hoteles tematizados circunscritos al parque y propiedad de este.

Los parques temáticos podemos clasificarlos según su temática en:

- Cine y personajes de animación
- Aventuras y lugares exóticos
- Históricos
- Científicos
- El mundo de la imagen y las comunicaciones
- Acuáticos

Principales parques temáticos en el mundo:

**Argentina:**

Aquarium Mar del Plata. (Buenos Aires, Mar del Plata)

Parque de la Costa. (Buenos Aires, Tigre)

Tierra Santa. Representación de la vida de Jesús. Buenos Aires

Parque de la Ciudad. Parque de diversiones de la Buenos Aires

Temaikèn. Belén de Escobar

República de los Niños. La Plata

Museo Parque Ecológico Cultural "Guillermo Enrique Hudson". Florencio Varela

Museo y Parque Libres del Sur. Dolores

Parque Criollo y Museo Gauchesco "Ricardo Güiraldes". San Antonio de Areco

Peñón del Águila. Parque Temático. Córdoba

Mundo Marino. (San Clemente del Tuyu)

Aquasol. (Buenos Aires, Mar del Plata)

## **Chile**

Aventura Center, Santiago, Rancagua y Temuco

Fantasilandia, Santiago

Kidzania Parque Araucano, Las Condes, Santiago

Mampato, Santiago

Octopus Park, Cóncon, Valparaíso

Parque Acuático Curinina, La Serena y Quilpué

Parque de Entretenimientos Corto Circuito, Valdivia

Parque Mallinco, Peñaflores, Santiago

Parque Oasis, Isla de Maipo, Santiago

Parque Safari Rancagua, Rancagua

Rodelbahn, La Reina, Santiago

Vertigo Park, La Reina, Santiago

### **Colombia**

Divercity, Bogotá, Medellín y Barranquilla

Parque del Café, Montenegro

Parque Mundo aventura, Bogotá

Parque Recreativo y Zoológico Piscilago

Parque y Zoológico Jaime Duque

Parque temático Las Malocas en la ciudad de Villavicencio

Parque temático Los Ocarros, en la ciudad de Villavicencio

Zooparque Los Caimanes, Buenavista, Córdoba

Parque Ecológico El Portal. Bucaramanga, Santander

### **España:**

PortAventura, en la Costa Dorada (Tarragona)

Terra Mítica, en Benidorm (Alicante)

Parque Warner, en Madrid

Faunia, Parque Temático de la Naturaleza, en Madrid

Isla Mágica, en Sevilla

Terra Natura, en Benidorm (Alicante) y Murcia

Tivoli World, en Benalmádena (Málaga)

Parque de Atracciones Tibidabo, en Barcelona

Parque de Atracciones de Madrid

Parque de atracciones de Montjuic, en Barcelona

Parque de atracciones de Zaragoza<sup>3</sup>

4. **Parque zoológico:** Casa de fieras o zoológico es una instalación en la que los animales están confinados dentro de los recintos, expuestas al público y en las que también pueden ser criados.

Casi toda ciudad importante del mundo posee un zoológico, a pesar de la variación en tamaño y calidad de cada uno. Los zoológicos mayores son importantes atracciones turísticas, de manera que muchos gobiernos deciden subsidiar los gastos operacionales del zoológico. La estatalización de zoológicos es también justificada por su valor educativo; los zoológicos son a menudo visitados por escolares en salidas de estudio. Sin embargo, la mayor parte de la financiación de un zoológico proviene de donaciones y el costo de entrada a visitantes.

Algunos zoológicos modernos albergan grandes instalaciones donde los animales se mueven con naturalidad, algunas instalaciones poseen varias especies conviviendo lo cual puede ser interesante desde el punto de vista educativo al igual que los programas de conservación o los carteles informativos.

---

<sup>3</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Parque\\_temático](http://es.wikipedia.org/wiki/Parque_temático)

5. **Parque Nacional:** Un parque nacional es una categoría de área protegida que goza de un determinado estatus legal que permite proteger y conservar la riqueza de su flora y su fauna, se caracteriza por ser representativa de una región fitozoogeográfica y tener interés científico.

Los parques nacionales están generalmente localizados en lugares con bajo desarrollo. Frecuentemente presentan áreas con una riqueza excepcional y casi virgen en su flora y fauna con un ecosistema que muchas veces es el último reducto de especies en peligro de extinción. También se desarrollan parques nacionales en áreas de características geológicas significativas por su origen, formación o belleza natural. Muy frecuentemente ambos objetivos son satisfechos en gran parte de los parques nacionales, en un balance natural único que permite gozar de la vida natural en su mayor esplendor tal como abundaba en nuestro planeta antes del desarrollo humano desmedido.

En algunos países los parques nacionales tienen el propósito de devolver a ciertas áreas que han experimentado dicho desarrollo humano a su estado natural. Este fue el caso con el Great Smokey National Park localizado entre los estados de Carolina del Norte y Kentucky. También en algunos casos, como en Gran Bretaña los parques nacionales pueden incluir propiedades privadas en las que puede continuarse la agricultura y existir pequeños poblados y vías públicas.

La mayor parte de los parques nacionales tienen un doble propósito al ofrecer refugio a la vida salvaje y también como atracción turística surgiendo así lo que se conoce como ecoturismo. El turismo en forma controlada es fuente de ingreso para el mantenimiento de los parques.

Además de los fines de la conservación del medio ambiente y del ecosistema, en algunos países también se han creado parques o monumentos con el propósito de conservar lugares de interés público e importancia cultural, científica o histórica. Los parques nacionales también son herramientas para la planificación y el ordenamiento territorial. En Venezuela, por ejemplo, el sistema de parques nacionales protege las principales cuencas hidrográficas, garantizando el abastecimiento de más del 85% del agua potable consumida en el país. Un aspecto importante es que un parque nacional debe tener mínimo 10.000 hectáreas de extensión.

6. **Parque infantil:** Los parques infantiles son espacios reservados para que los niños jueguen y se lo pasen bien. Estos lugares tienen atracciones tales como hinchables, piscinas de pelotas... y en ellos aparte de jugar también pueden realizar diferentes actividades como pintar, bailar, realizar manualidades, que les pinten la cara los responsables del establecimiento... En estos parques se acostumbra a celebrar fiestas de cumpleaños. Tienen una edad límite que suele rondar los 10 años. Ejemplos de estos centros son el Chiquipark o el Aventura Park. La mayor diferencia entre ambos parques es que en el Chiquipark hay hinchables, espacios para pintar, para

que les pinten la cara, tiene su cafetería donde los niños meriendan y los padres están durante el cumpleaños, y el Aventura Park además de todo lo mencionado anteriormente tiene un pequeño escenario donde los niños, a partir de una hora, pueden participar en un karaoke. Los responsables de estos centros tienen una gran labor ya que son ellos quienes cuidan de los niños durante su estancia en el parque, y se involucran mucho con los niños. En muchos de los parques, cuando llega la hora de la merienda, la mascota del parque les recibe con una tarta y con un regalo característico de allí y con el logotipo del parque que acostumbra a ser la mascota.

**Parque urbano:** Es un parque que como bien lo indica su nombre, se encuentra en una región urbana, es de acceso público a sus visitantes y en general debe su diseño y mantenimiento a los poderes públicos, en general, municipales. Regularmente, este tipo de parque incluye en su mobiliario juegos, senderos, amplias zonas verdes, baños públicos, etc, dependiendo del presupuesto y las características naturales; aún así, pueden llegar a recibir millones de visitas anualmente.

Otro tipo de parques incluyen las vías verdes (o parques lineales) y los parques de bolsillo, que fueron creados debido a la ausencia de zonas

recreacionales disponibles y al encarecimiento del suelo, particularmente entre los rascacielos del centro de cada ciudad.<sup>4</sup>

## **MARCO CONCEPTUAL**

### **EMPRESA**

Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales. Una definición de uso común en círculos comerciales es: "Una empresa es un sistema que interacciona con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a unas demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica".

Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, unos objetivos, unas tácticas y unas políticas de actuación. Se necesita de una visión previa y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa. Se debe partir de una buena definición de la misión.

---

<sup>4</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Parque\\_urbano](http://es.wikipedia.org/wiki/Parque_urbano)

## **FINALIDADES DE UNA EMPRESA**

**Finalidad económica externa**, que es la producción de bienes o servicios para satisfacer necesidades de la sociedad.

**Finalidad económica interna**, que es la obtención de un valor agregado para remunerar a los integrantes de la empresa. A unos en forma de utilidades o dividendos y a otros en forma de sueldos, salarios y prestaciones. Esta finalidad incluye la de abrir oportunidades de inversión para inversionistas y de empleo para trabajadores.

**Finalidad social externa**, que es contribuir al pleno desarrollo de la sociedad, tratando que en su desempeño económico no solamente no se vulneren los valores sociales y personales fundamentales, sino que en lo posible se promuevan.

**Finalidad social interna**, que es contribuir, en el seno de la empresa, al pleno desarrollo de sus integrantes, tratando de no vulnerar valores humanos fundamentales, sino también promoviéndolos

## **TIPO DE EMPRESAS**

**Industriales.** La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia o extracción de materias primas.

**Comerciales.** Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados. Pueden clasificarse

**Servicio.** Son aquellas que brindan servicio a la comunidad:

### **Según la procedencia de capital**

Empresa privada: si el capital está en manos de accionistas particulares (empresa familiar si es la familia)

Empresa de autogestión: si los propietarios son los trabajadores, etc.

Empresa pública: si el capital y el control está en manos del Estado

Empresa mixta: si el capital o el control son de origen tanto estatal como privado o comunitario.

### **Según la forma jurídica**

Empresas individuales: si sólo pertenece a una persona.

Empresas societarias o sociedades: constituidas por varias personas.

**Según su dimensión**

Micro empresa: si posee 10 o menos trabajadores.

Pequeña empresa: si tiene un número entre 11 y 50 trabajadores.

Mediana empresa: si tiene un número entre 51 y 250 trabajadores.

Gran empresa: si posee más de 250 trabajadores.

Multinacional: si posee ventas internacionales.

**Según su ámbito de actuación**

1. Empresas locales
2. Regionales
3. Nacionales
4. Multinacionales
5. Transnacionales
6. Mundial

**PROYECTO**

“Un proyecto no es ni más ni menos que la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana. Cualquiera sea la idea que se pretende implementar, la inversión, la metodología o la tecnología por aplicar, ella conlleva necesariamente la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades de la persona humana. El proyecto surge como respuesta a una idea que busca ya sea la solución de un

problema o la forma para aprovechar una oportunidad de negocio, que por lo general corresponde a la solución de un problema de terceros.”<sup>5</sup>

## **DECISIÓN SOBRE UN PROYECTO**

Para tomar una decisión sobre un proyecto es necesario que éste sea sometido al análisis multidisciplinario de diferentes especialistas. Una decisión de este tipo no puede ser tomada por una sola persona con un enfoque limitado, o ser analizada sólo desde un punto de vista.

Aunque no se puede hablar de una metodología rígida que guíe la toma de decisiones sobre un proyecto, fundamentalmente debido a la gran diversidad de proyectos y sus diferentes aplicaciones, sí es posible afirmar categóricamente que una decisión siempre debe estar basada en el análisis de un sin número de antecedentes con la aplicación de una metodología lógica que abarque la consideración de todos los factores que participan y afectan al proyecto.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Sapag Ch. Nassir, Sapag Ch. Reinaldo; “Preparación y Evaluación de Proyectos”; 2000; Pág.

<sup>6</sup> Baca Urbina Gabriel; “Evaluación de Proyectos”; 1997; Pág. 2.

## ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

“Este estudio profundiza la investigación en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercados, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto, y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.”<sup>7</sup>

“Esta etapa constituye el paso final del estudio preinversional. Por tal motivo, entre las responsabilidades del evaluador, más allá del simple estudio de viabilidad, está la de velar por la optimización de todos aquellos aspectos que dependen de una decisión de tipo económico como, por ejemplo, el tamaño, la tecnología o la localización del proyecto, entre otros.”<sup>8</sup>

Las partes en que se divide un Estudio de Factibilidad son:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio organizacional y legal
- Estudio y evaluación financiera

---

<sup>7</sup> Baca Urbina Gabriel; “Evaluación de Proyectos”; 1997; Pág. 5

<sup>8</sup> Sapag Ch. Nassir, Sapag Ch. Reinaldo; “Preparación y Evaluación de Proyectos”; 2000; Pág.

## ESTUDIO DE MERCADO

Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del servicio en un mercado determinado.

Por otro lado, el estudio del mercado también es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el servicio y contestar la primera pregunta importante del estudio: ¿existe un mercado viable para el servicio que se pretende elaborar? Si la respuesta es positiva, el estudio continúa. Si la respuesta es negativa, puede replantearse la posibilidad de un nuevo estudio más preciso y confiable; si el estudio hecho ya tiene esas características, lo recomendable sería detener la investigación.”<sup>9</sup>

“Para el estudio de mercado se reconocen cuatro partes fundamentales, que son las siguientes: análisis de la demanda, análisis de la oferta, análisis de los precios y análisis de la comercialización.”<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Baca Urbina Gabriel; “Evaluación de Proyectos”; 1997; Pág. 7.

<sup>10</sup> Baca Urbina Gabriel; “Evaluación de Proyectos”; 1997; Pág. 14.

## **Análisis de la Demanda**

“El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del servicio del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etc.”<sup>11</sup>

## **Análisis de la Oferta**

“El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, es función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etcétera. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollará el proyecto.

---

<sup>11</sup> Baca Urbina Gabriel; “Evaluación de Proyectos”; 1997; Pág. 17

## **Análisis de Precios**

“En las organizaciones económicas basadas en el sistema de mercado, las pautas seguidas en la fijación de precios constituyen un aspecto esencial en el proceso de producción y comercialización de bienes y servicios. Siempre que se suceda un cambio de los derechos de propiedad o siempre que se suministre un servicio, habrá un precio; en cada caso las empresas fijarán precios para sus bienes teniendo en cuenta ciertas consideraciones en torno a los costos, a la demanda y al mercado, y dentro del marco de lo político como de las conveniencias tanto de tipo económico como social.<sup>12</sup>

## **Proyección del Precio del Servicio**

Considérese que el precio obtenido en el mercado es el precio al consumidor final. Es indispensable conocer el precio del servicio en el mercado, no por el simple hecho de saberlo, sino porque sería la base para calcular los ingresos probables en varios años. Por tanto, el precio que se proyecte no será el que se use en el estado de resultados, ya que esto implicaría que la empresa vendiera directamente al público o consumidor final, lo cual no siempre sucede, por lo tanto es importante considerar cuál será el precio al que se venderá el servicio al primer

---

<sup>12</sup> Baca Urbina Gabriel; “Evaluación de Proyectos”; 1997; Págs. 36,37

intermediario; éste será el precio real que se considerará en el cálculo de los ingresos.

### **Análisis de Comercialización**

El estudio de comercialización señala las formas específicas de procesos intermedios que han sido previstos para que el producto o servicio llegue al usuario final.

El proceso de comercialización incluye: las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la presentación del producto o servicio, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica a los usuarios, los mecanismos de promoción y publicidad.

### **Comercialización**

Es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final, existiendo canales de comercialización que utilizará la empresa, para vender el servicio y los mecanismos de promoción a utilizar. Así mismo deben existir políticas de comercialización que guíen las negociaciones. (Ejemplo: Ventas a Créditos, Ventas con Descuentos, Políticas de Cobranzas y servicios postventa, etc.)

## **El Servicio**

Para poder llevar a cabo el estudio del servicio en un proyecto de inversión se tienen que llevar a cabo los siguientes pasos:

Identificación (es) del servicio (s): Se realiza mediante una descripción exacta de las características de los bienes y servicios, indicando nombres de los mismos y los fines a los que se destina(n)

Especificaciones técnicas: Las especificaciones que se tienen que tomar en cuenta son las que se indican en las Normas de Calidad, que regulan las características y calidad del servicio, además de especificar toda la información requerida para su presentación.

Durabilidad: Se hace referencia a la vida útil del servicio, es decir periodo de vida. (Indicar si es perecedero, no perecedero).

Productos sustitutos o similares: Estos son los productos que existen en el mercado, que satisfacen las mismas necesidades que se consideran en el proyecto.

Productos complementarios: Son aquellos que se deben considerar en el proyecto, para satisfacer los requerimientos del cliente. Ejemplo: producto elaborado Cama, el producto complementario el colchón.

Precio del Servicio: Se tiene que especificar los precios de los productos a ofertar y realizar un cuadro comparativo con los precios de la competencia, lo cual lograría una visión general del comportamiento del producto en el mercado.

## ESTUDIO TÉCNICO

“El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación.

Como resultado de este estudio podrá obtenerse la información de las necesidades de mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto. En particular, con el estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente.”<sup>13</sup>

“Las partes que conforman un estudio técnico son las siguientes: análisis y determinación de la localización óptima del proyecto, análisis y

---

<sup>13</sup> Sapag Ch. Nassir, Sapag Ch. Reinaldo; “Preparación y Evaluación de Proyectos”; 2000; Pág. 21

determinación del tamaño óptimo del proyecto, análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos, identificación y descripción del proceso y determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto.”<sup>14</sup>

### **Localización del Proyecto**

“El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, buscando en todo caso, una mayor utilidad o una minimización de costos”.

El estudio de localización comprende niveles progresivos de aproximación, que van desde una integración al medio nacional o regional (macro localización), hasta identificar una zona urbana o rural (micro localización), para finalmente determinar un sitio preciso.

### **Tamaño del Proyecto**

“El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto.”<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Baca Urbina Gabriel; “Evaluación de Proyectos”; 1997; Pág. 86

<sup>15</sup> Miranda Juan José, “Gestión de Proyectos”, 2005. Pág. 119

## **Suministros e Insumos**

“Cuando llega el momento de decidir sobre la compra de equipos y maquinaria, se deben tomar en cuenta una serie de factores que afectan directamente la elección.

La mayoría de la información que es necesario recabar será útil en la comparación de varios equipos y también es la base para realizar una serie de cálculos y determinaciones posteriores.”<sup>16</sup>

## **Identificación y Descripción de Procesos**

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción.

## **Capacidad de la Planta**

Factores que condicionan el Tamaño de la Planta: Son aquellos donde se indican y explican los factores que condicionan e influyen de manera predominante en la selección del tamaño de la planta. Ejemplo:

---

<sup>16</sup> Baca Urbina Gabriel; “Evaluación de Proyectos”; 1997; Pág. 97

Características del mercado de consumo, economías de escala, disponibilidad de recursos financieros, disponibilidad de materia prima, disponibilidad de servicios, disponibilidad y características de la mano de obra, tecnología de producción y políticas económicas.

Capacidad instalada: Es aquella que indican cuál será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles. Esta capacidad se expresa en la cantidad a producir por unidad de tiempo, es decir volumen, peso, valor o unidades de producto elaborados por año, mes, días, turno, hora, etc. En algunos casos la capacidad de una planta se expresa, no en términos de la cantidad de producto que se obtiene, sino en función del volumen de materia prima que se procesa.

Capacidad utilizada: Se indican y explican el porcentaje de utilización de la capacidad instalada, tomando en cuenta la demanda, curva de aprendizaje, disponibilidad de materia prima, mano de obra, etc.

Programa de Producción y Ventas

Programa de producción: Considera la capacidad instalada y el porcentaje de utilización de la capacidad.

**Programa de Ventas:**

En este se expresa las cantidades de ventas anuales en unidades monetarias.

Procesos y Tecnologías: Son las tecnologías existentes y disponibles para los procesos productivos.

Descripción del Proceso Productivo: Describir todas las etapas que conforman el proceso productivo de cada uno de los productos.

Maquinaria, Equipos y Herramientas existentes: Son las maquinarias, equipos de transporte y de laboratorio, herramientas, vehículos, etc., necesarios para llevar a cabo los objetivos del proyecto.

Descripción de las Instalaciones Necesarias: Se describen los requerimientos del terreno, especificando: tenencia de la tierra, tamaño, valor, vía de acceso, adecuación para el tipo de actividad que en él se realizará, problemas que presenta, servicios básicos (agua, luz, teléfono, etc.), descripción de la infraestructura y construcción indicando características, valor, tamaño y ubicación

Distribución Física: Se indica la distribución física de maquinarias y equipos dentro de la planta, para establecer el tamaño y la localización de las áreas industriales dedicadas a: recepción de insumos, producción, servicios auxiliares, almacenamiento e intercomunicación de la planta.

Factores que determinan la Localización: Los factores que inciden más vigorosamente son:

- Ubicación del mercado de consumo.
- La localización de las fuentes de materia prima.
- Disponibilidad y características de la mano de obra.
- Facilidades de transporte y vías de comunicación adecuadas
- Disponibilidad y costo de energía eléctrica y combustible
- Disposiciones legales, fiscales o de política de localización de la industria manufacturera
- Disponibilidad de servicios públicos, agua, teléfono, vialidad, infraestructura, eliminación de desechos.
- La Localización de la Industria deberá estar en concordancia con la normativa establecida por el Ministerio del Ambiente y de los recursos naturales renovables y/o del Ministerio de Sanidad y Asistencia Social, dirigidos a la conservación, defensa y mejoramiento del ambiente.

## **ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL**

“Para cada proyecto es posible definir la estructura organizativa que más se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y, por lo tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva.

Los procedimientos que definen a cada proyecto en particular determinan también la inversión en estructura física. La simulación de su funcionamiento permitirá definir las necesidades de espacio físico para oficinas, pasillos, vías de acceso, etc.

La parte legal, aunque no responde a decisiones internas del proyecto, como la organización y procedimientos administrativos, influye en forma indirecta en ellos y, en consecuencia, sobre la cuantificación de sus desembolsos.

### **Misión**

Es la declaración formal de la alta gerencia de una organización donde se establece para qué exista la misma, cuál es su propósito fundamental, su razón de ser, indicando en detalle quiénes son sus clientes, productos, bienes y servicios ofrecidos.<sup>17</sup>

### **Visión**

Define claramente a donde se quiere llegar como organización, cual es el reto y los asuntos de interés estratégicos para orientar y fijar el alcance de la organización a largo plazo.

---

<sup>17</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Modulo XI, Guía General

## **Políticas**

Se entiende por políticas a la definición de normas, sistemas de valor o de decisión, que al definir y puntualizar los objetivos de la empresa, pueden guiar y regular los métodos para controlar y mejorar determinados aspectos de la economía de una empresa.

## **Organigramas**

Los organigramas son una forma gráfica utilizada para describir la correspondencia de relación existente entre un conjunto de individuos que trabajan juntos por alcanzar un objetivo común.

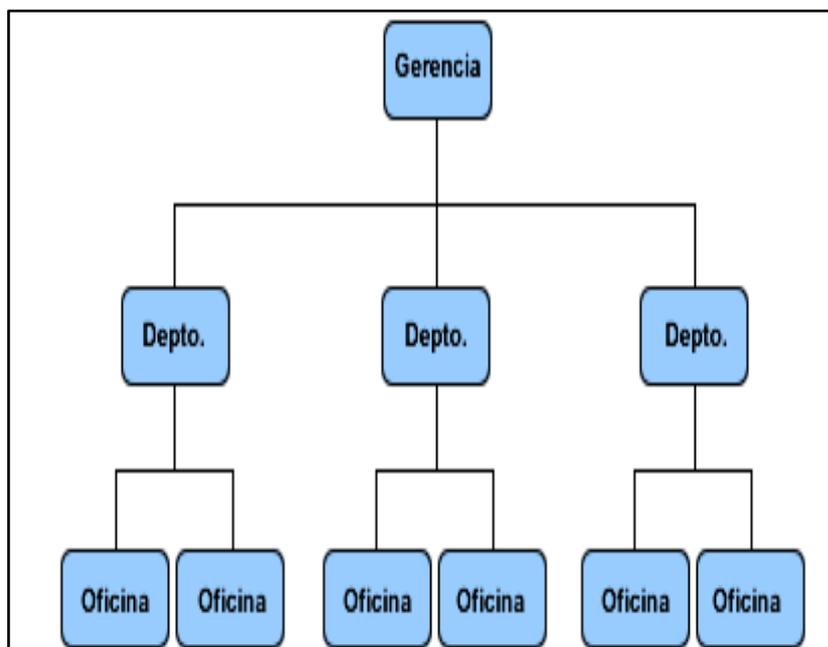
Existen tres clases de organigramas<sup>18</sup>:

Organigrama Estructural.- Tiene por objeto la representación de los órganos que integran el organismo social, de todas las unidades administrativas de una organización así como sus relaciones de jerarquía o dependencia. Ejemplo:

---

<sup>18</sup> ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS, Franklin Enrique B.

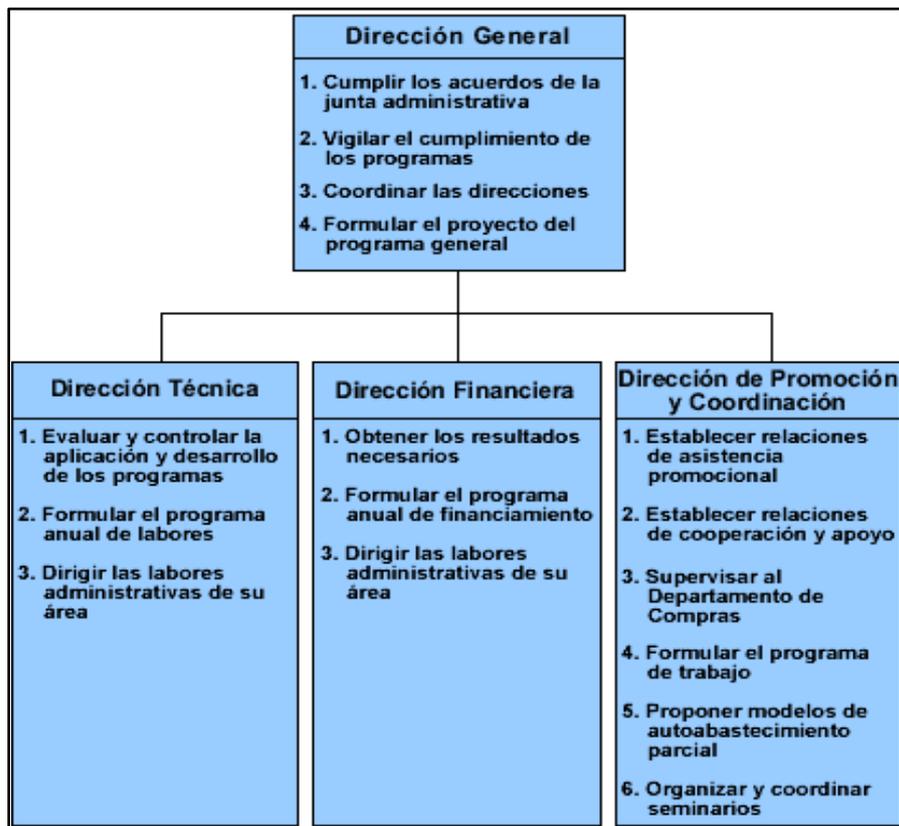
**GRAFICO N° 1**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



**Fuente:** libro "Organización de Empresas"  
**Elaborado por:** El Autor

Organigrama Funcional.- Indican en el cuerpo de la gráfica, además de los órganos, las funciones principales que éstos realizan Incluyen en el diagrama de organización, además de las unidades y sus interrelaciones, las principales funciones que tienen asignadas las unidades. Ejemplo:

**GRAFICO N° 2**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL**

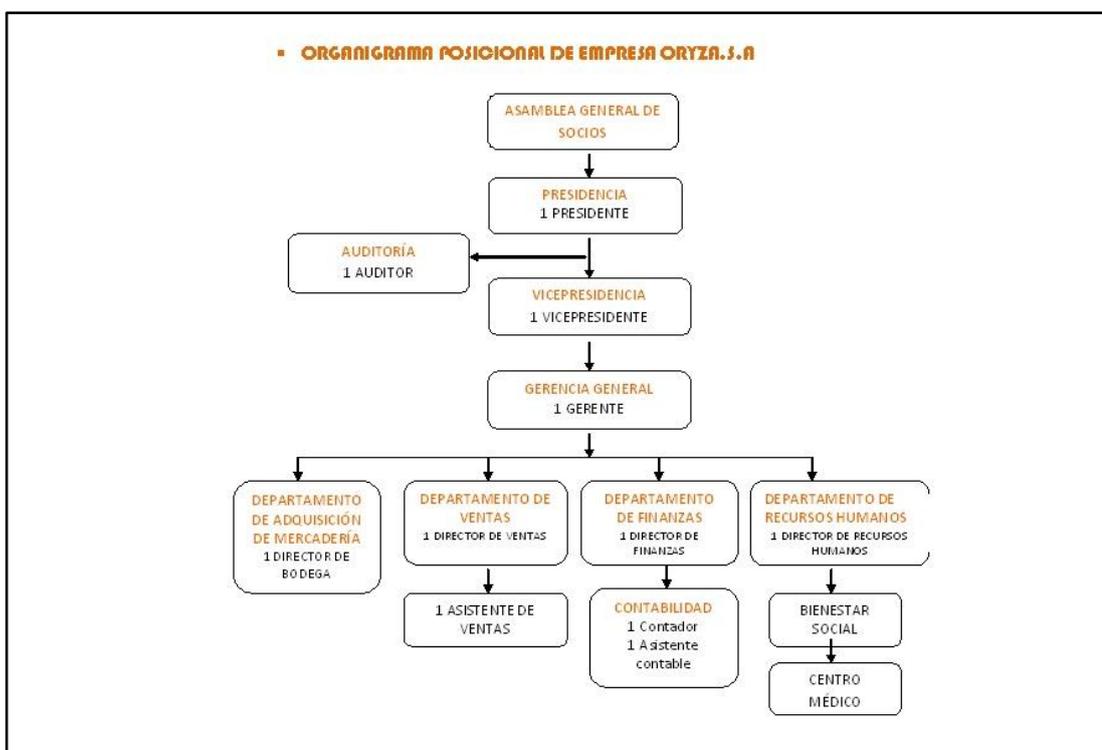


**Fuente:** libro "Organización de Empresas"  
**Elaborado por:** El Autor

Organigrama Posicional.- Señalan en cada órgano, los diferentes puestos establecidos, así como el número de puestos existentes y requeridos. Indican, para cada unidad consignada, las necesidades en cuanto a puestos, así como el número de plazas existentes o necesarias.

También pueden incorporar los nombres de las personas que ocupan las plazas. Ejemplo:

### GRAFICO N° 3 ORGANIGRAMA POSICIONAL



**Fuente:** libro "Organización de Empresas"

**Elaborado por:** El Autor

## ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores. La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos y todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero.

“La parte de análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la evaluación económica.”<sup>19</sup>

En el estudio financiero se analizarán los siguientes aspectos:

Las inversiones necesarias para realizar el proyecto, ya sean estas fijas, diferidas o capital de trabajo.

Los costos y gastos en todas sus clases: costos de fabricación, gastos de ventas, administración y financieros.

---

<sup>19</sup> Baca Urbina Gabriel; “Evaluación de Proyectos”; 1997; Pág. 134.

Los ingresos, los cuales constituyen la cantidad de dinero recibido por las ventas de los productos o prestación de servicios.

El punto de equilibrio, que es la cantidad vendida de productos donde los ingresos son iguales a los costos totales.

Los Estados Financieros, siendo los más importantes el Estado de Pérdidas y Ganancias y el Balance General.

### **Evaluación Financiera**

“La evaluación financiera es la parte final de toda secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Es la herramienta que se utiliza para demostrar que la inversión propuesta será económicamente rentable.”<sup>20</sup>

### ***Indicadores Financieros***

#### Valor Actual Neto (VAN)

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al

---

<sup>20</sup> Baca Urbina Gabriel; “Evaluación de Proyectos”; 1997; Pág. 134.

flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente<sup>21</sup>.

$$\mathbf{VAN} = \text{Sumatoria Flujo Neto} - \text{Inversión}$$

### Tasa Interna de Retorno (TIR)

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es

---

<sup>21</sup> Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial, Modulo X, UNL,

muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Se define a la "Tasa Interna de Retorno" TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

La TIR, utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
  
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

- Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Para el presente proyecto la TIR es 141.75% siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

#### Periodo de Recuperación del Capital (PRC)

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

$$P.R.C. = \frac{\text{FLUJO NETO - INVERSION}}{\text{FLUJO NETO (Ultimo año)}}$$

### Relación Beneficio/Costo (B/C)

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dolar invertido. Se lo conoce también como índice de rentabilidad, ya que permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida. Permite decidir si el proyecto se acepta o no de acuerdo al siguiente criterio.

- Si la relación es = 1 el proyecto es indiferente
- Si la relación es > 1 el proyecto es rentable
- Si la relación es < 1 el proyecto no es rentable

Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que viene a continuación:

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\text{Ingreso actualizado}}{\text{Costo actualizado}}$$

### Análisis de Sensibilidad:

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se

dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

FORMULAS:

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR.}}$$

## e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para fortalecer el desarrollo del presente proyecto se utilizó un conjunto de procedimientos lógicos, considerando los aspectos más relevantes en lo que a métodos, técnicas e instrumentos investigativos se refiere para lograr los objetivos de la investigación.

### **Métodos**

**Método Científico:** Se utilizó este método como guía sistemática para la ejecución del trabajo mediante un proceso de razonamientos que permitieron no solamente describir los hechos si no también explicarlos, poniendo a prueba los instrumentos del método investigativo.

**Método Inductivo:** Se utilizó este método que consiste en analizar ciertos fenómenos para luego establecer relaciones del hecho con la investigación y obtener conclusiones. La aplicación de este método se basó en la observación, es decir ver y escuchar fenómenos relacionados con la investigación, a fin de obtener información objetiva, que en el presente caso se utilizó en el estudio de mercado y estudio técnico.

**Método Deductivo:** El proceso que sigue este método es sintético analítico, que se basa en la presentación de conceptos, principios, definiciones, leyes o normas generales, de las cuales se extrae conclusiones particulares. Se utilizó este método en el muestreo estadístico, en el que para obtener datos se aplicó encuestas a una muestra representativa del universo, determinándose hechos importantes en el fenómeno investigativo.

**Método Descriptivo:** Se aplicó en la redacción del proyecto, especialmente en lo referente a la interpretación racional y el análisis objetivo de los hechos o fenómenos que se encontraron en la obtención de datos e información que fueron aplicados en la construcción de las fases del proyecto. La investigación de este tipo descriptivo, en vista que se presentan los hechos tal como ocurren en la realidad. Por otra parte, también la investigación entra en un estudio de predicción, en razón de realizarse proyecciones de algunas variables como la demanda, precios, ingresos, costos, utilidades etc.

### **Técnicas**

Entre las técnicas e instrumentos que permitieron llegar a obtener información necesaria y concreta para el desarrollo de la presente investigación fueron las siguientes:

**La Observación Directa.-** Esta técnica se la realizó en nuestra ciudad a todos los parques de características similares, lo que permitió visualizar de manera general la problemática actual y el contexto cotidiano para implementar una empresa de servicio

**La Entrevista.-** Mediante el diálogo directo se obtuvo información de gustos o preferencias de ciertos clientes que utilizan productos con similares características, que me permitieron obtener información directa de uno de los elementos fundamentales del mercado como son los oferentes de productos similares o sustitutos, y que para su aplicación se presento una guía de entrevista a dueños de lugares de recreación similares a nuestro parque.

**La Encuesta.-** Es un instrumento que para su aplicación utiliza el cuestionario que en presente estudio fue diseñado y orientado a recopilar testimonios, por medio de un listado de preguntas específicas que se aplico a la población urbana para determina los gustos y preferencias de los consumidores

A demás para la realización del presente trabajo, se utilizó:

- La revisión **Bibliográfica** en libros y colecciones relacionados a Administración de Empresas, y proyectos.
- **Materiales de Oficina** como útiles de escritorio y papelería en general.
- Materiales de Computación e Informático.

**Revisión Bibliográfica:** Es un instrumento que se lo utilizo en toda la investigación, la utilizaremos para recopilar información que me servirá de sustento para elaborar el marco teórico.

### **Segmentación del Mercado.**

La segmentación de mercado descompondrá a todo el mercado en subgrupos homogéneos, los cuales darán las directrices para que una empresa determine los factores clave de su mercado objetivo y así poder consolidarse en el mismo.

Para la recopilación de la información de fuentes primarias previamente se determino el tamaño de la muestra de la población a investigar, desarrollándose el siguiente procedimiento:

En primer lugar se determina como segmentación geográfica la ciudad de Loja. En segundo lugar se toma los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), según el censo poblacional del año 2010 se establece que la población existente de la ciudad de Loja es de 214.855 habitantes y como se trata de investigar el servicio de recreación, la misma que es considerada como un producto familiar, entonces el total de habitantes se divide para cuatro miembros por familia de conformidad con la misma fuente, por lo tanto la población es de 53.713 familias; luego se actualiza la información al año de estudio esto es al año 2011, utilizando la siguiente fórmula:

$$P_f = P_0(1+i)^n$$

En donde:

$P_f$  = población final (2011)

$P_0$  = población inicial (2010=214.855)

$i$  = tasa de crecimiento anual (2,27%)

$n$  = periodo analizado (1 año)

$$P_f = 53.713(1 + 0,027)^1$$

$$P_f = 53.713(1,027)^1$$

$$P_f = 55.163 \text{ familias.}$$

La población de estudio del presente proyecto está constituida por las 55.163 familias, que habitan en la ciudad de Loja, para el año 2011 a la cual

se aplica una tasa de crecimiento anual de 2,27%<sup>22</sup> Por lo tanto el segmento de mercado se constituirán las familias de la ciudad de Loja.

**CUADRO N° 1**  
**DETERMINACIÓN DEL SEGMENTO DE MERCADO**

CANTON	POBLACIÓN AÑO 2010	POBLACIÓN DE FAMILIAS	TCA %	2011
Loja	214855	53713	2,27	55.163
		<i>TOTAL FAMILIAS</i>		55.163

**Fuente:** INEC Censo de Población y Vivienda 2010

**Elaborado por:** El Autor

### **Selección de la Muestra.**

El tamaño de la muestra por conveniencia, que sea representativa a un 95 % de confianza con un grado de error del 5 %.

Con dicha información se tiene que:

n = Tamaño de la muestra

N = Segmento del Mercado o Universo

e<sup>2</sup> = margen de error

La fórmula sería la siguiente:

---

<sup>22</sup> Fuente: INEC último periodo interesal de crecimiento a un ritmo promedio anual de 2,27%

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

Luego se procede a realizar el cálculo:

$$n = \frac{55.163}{1 + (0.05)^2 (55.163)}$$

$$n = 397$$

Con el desarrollo de la fórmula se tiene como resultado que se debe aplicar la cantidad de 397 encuestas.

Para determinar la distribución de las encuestas entre la población de estudio se procedió a utilizar los porcentajes de participación, considerando la población de cada una de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja, objeto del presente estudio en el que se aplicó un total de 400 encuestas.

## CUADRO N° 2

### DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL MERCADO OBJETIVO

PARROQUIAS URBANAS DE LOJA	FAMILIAS	PARTICIPACIÓN	MUESTRA
Valle	9940	18,02 %	72
Sucre	22480	40,75%	163
Sagrario	4915	8,91 %	36
San Sebastián	17828	32,32%	129
<b>TOTAL</b>	<b>55163</b>	<b>100%</b>	<b>400</b>

Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda 2010, Cuadro N° 1

Elaborado por: El Autor

f. **RESULTADOS**

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS**

**ENCUESTAS DIRIGIDAS A FAMILIAS**

**DATOS GENERALES**

**PREGUNTA**

¿Cuántas personas conforman su familia?

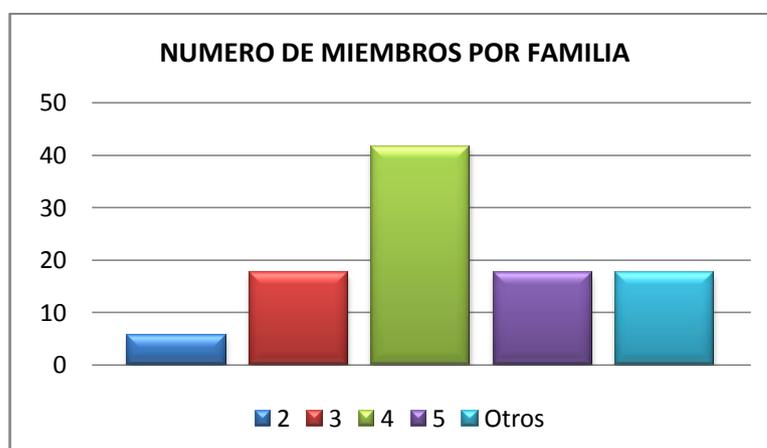
**CUADRO N° 3**

**NÚMERO DE MIEMBROS POR FAMILIA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	23	5,75%
3	70	17,5%
4	167	41,75%
5	70	17,5%
Otros	70	17,5%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa a familias de Loja  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICA N° 4**



### Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas tenemos que el 5,75%, son familias de 2 integrantes; el 17,5% tienen 3 integrantes; el 41,75% de familias está integrado por 4 personas; el 17,5% están conformado por 5 personas; el 17,5% nos manifestaron que más de 5 personas está conformado su hogar. La sumatoria total de los miembros que conforman cada familia permitió establecer un promedio de 4 personas de conformidad de la misma fuente para determinar el tamaño de la muestra, información de gran importancia que se utilizó dentro de la estructura de la demanda.

### DATOS ESPECÍFICOS

#### PREGUNTA 1

¿Visita usted algún parque de recreación en la ciudad de Loja?

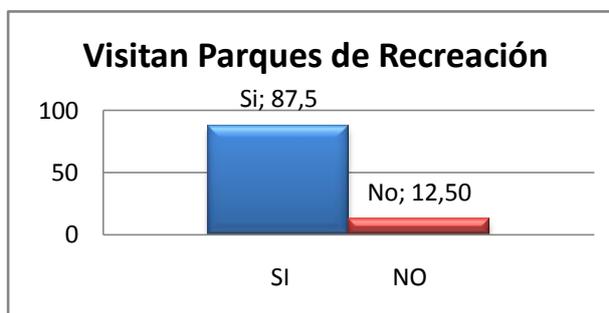
**CUADRO N° 4  
VISITAN PARQUES DE RECREACIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	350	87,5%
NO	50	12,50%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa a familias de Loja

**Elaborado por:** El Autor

GRAFICA N° 5



### Análisis del resultado

Del total de personas encuestadas que corresponden al 100% manifestaron lo siguiente: el 87,5% equivalente a 350 personas, visitan un lugar de recreación en la ciudad de Loja, mientras que el 12,5% equivalente a 50 personas no visitan un lugar de recreación en la ciudad de Loja, valiéndonos de esta información para el desarrollo de varias preguntas fundamentales en la investigación.

### PREGUNTA 2

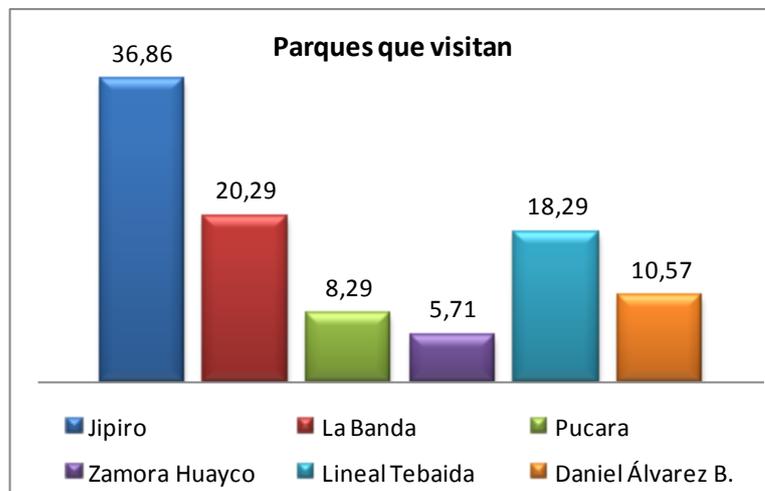
¿Qué parques recreacionales de nuestra ciudad visita?

**CUADRO N° 5  
PARQUES QUE VISITAN EN NUESTRA CIUDAD**

MENCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Parque Jipíro	129	36,85
Parque la Banda	71	20,28
Parque Pucara	29	8,28
Parque Zamora Huayco	20	5,71
Parque Daniel Álvarez Burneo	37	10,57
Parque Lineal la Tebaida	64	18,31
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa a familias de Loja **Elaborado por:** El Autor

GRAFICA N° 6



### Análisis del resultado

Al consultarles que parques recreacionales visitan, en la ciudad ellos nos manifestaron lo siguiente:

El 36,86% visitan el parque Jipíro; el 20,29% visitan el parque la Banda; el 8,29% acuden al parque Pucara; 5,71% de los encuestados van al parque Zamora Huayco; el 18,29% manifestaron que el parque lineal la Tebaida es al que lo visitan y el 10,57% se recrean en el Parque Daniel Álvarez Burneo. Esta información nos ayudara para establecer los posibles competidores

### PREGUNTA 3

¿Con que Frecuencia al mes, visita usted un parque recreacional?

**CUADRO N°6**

#### FRECUENCIA AL MES DE VISITAS A UN PARQUE RECREACIONAL

FRECUENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	81	23,15%
Quincenal	193	55,14%
Mensual	76	21,71%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa a familias de Loja

**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICA N° 7**



#### Análisis del resultado

Al realizarles la pregunta 3 manifestaron lo siguiente: el 23,10% visitan

semanalmente un parque de recreación; el 55,14% lo hacen quincenalmente; y el 21,71% lo hacen mensualmente.

Esta pregunta es importante para tener datos sobre con qué frecuencia una familia visita un parque recreacional.

#### PREGUNTA 4

¿Qué días visita usted un parque de recreación?

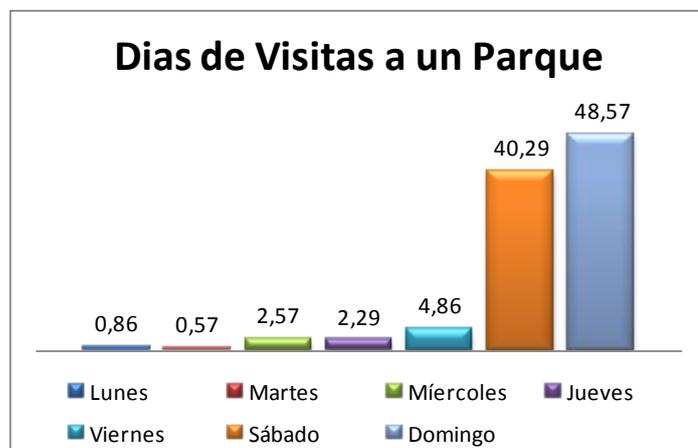
#### CUADRO N° 7

#### DIAS QUE VISITAN A UN PARQUE RECREACIONAL

MENCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lunes	3	0,86%
Martes	2	0,57%
Miércoles	9	2,57%
Jueves	8	2,29%
Viernes	17	4,86%
Sábado	141	40,29%
Domingo	170	48,57%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa a familias de Loja  
**Elaborado por:** El Autor

GRAFICA N° 8



#### Análisis del resultado

En esta pregunta los tres principales días de visita son: Domingo con el 48,75%; Sábado con el 40,29%; y el Viernes con el 4,86%, el porcentaje restante 6.1% se distribuye entre Lunes, Martes, Miércoles, y Jueves

#### PREGUNTA 5

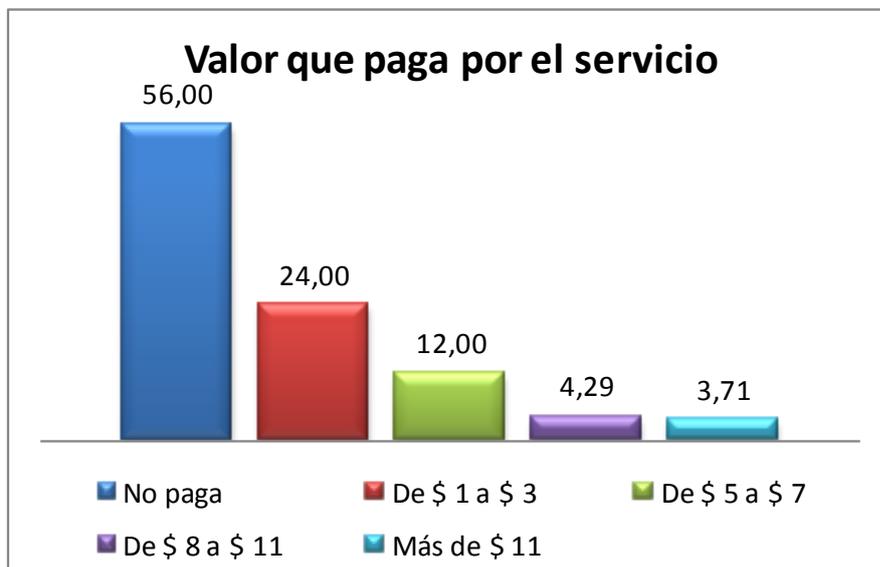
¿Cuál es el precio por persona, que usted paga por tener acceso a un parque de recreación?

**CUADRO N° 8  
PRECIO QUE PAGAN POR TENER ACCESO AL SERVICIO**

MENCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No paga	196	56,00%
De \$ 1 a \$ 3	84	24,00%
De \$ 5 a \$ 7	42	12,00%
De \$ 8 a \$ 11	15	4,29%
Más de \$11	13	3,71%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Directa a familias de Loja **Elaborado por:** El Autor

GRAFICA N° 9



### Análisis del resultado

En esta pregunta manifestaron:

El 56% de las familias no paga por tener este servicio; el 24% paga de \$1 a \$3 dólares; el 12% paga de \$5 a \$7 dólares, el 4,29% paga de \$8 a \$11 dólares; el 3,71% paga más de 11 dólares. Esta información será muy valiosa al momento de fijar el valor de la entrada de nuestro proyecto

## PREGUNTA 6

¿Al momento de usar un parque de recreación, que es lo primero que toma en cuenta?

### CUADRO N° 9

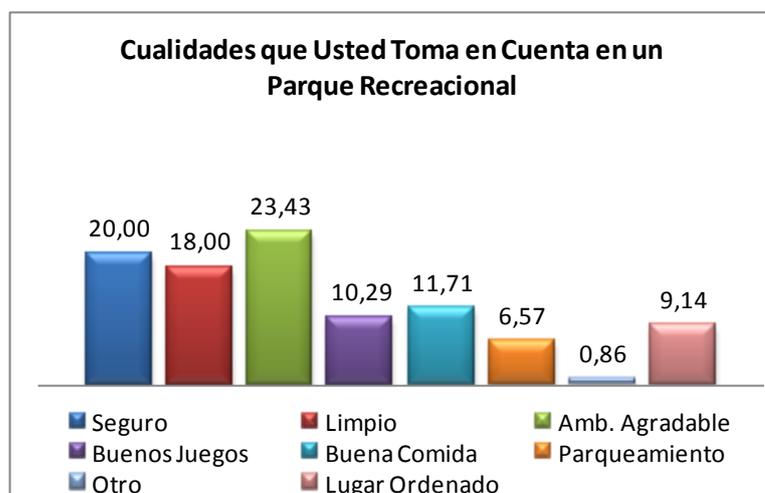
#### CUALIDADES QUE TOMAN EN CUENTA AL HACER USO DE UN PARQUE RECREACIONAL

MENCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Seguro	70	20,00%
Limpio	63	18,00%
Amb. Agradable	82	23,43%
Buenos Juegos	36	10,29%
Lugar Ordenado	32	9,14%
Buena Comida	41	11,71%
Parqueamiento	23	6,57%
Otro	3	0,86%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Directa a familias de Loja

Elaborado por: El Autor

### GRAFICA N° 10



### Análisis del resultado

El 20% de los encuestados manifestaron que lo primero que toman en cuenta es que sea un parque seguro; el 18% que sea limpio; el 23.43% que disponga de un ambiente agradable; el 10.29% que tenga buenos juegos; el 9,14% que sea un lugar ordenado; el 11.71% que disponga de una buena comida; el 6.57% que disponga de parque amiento y el 0,86% manifestaron otros

### **PREGUNTA 7**

**¿Cuánto dinero emplea aproximadamente, para el consumo de bebidas y alimentos en un parque de recreación?**

#### **CUADRO N° 10**

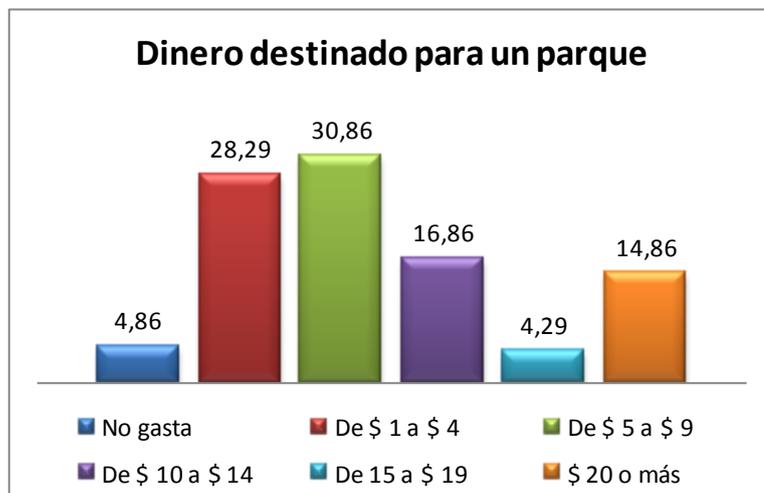
#### **DINERO DESTINADO EN UN PARQUE**

<b>MENCIONES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
No gasta	17	4,86%
De \$ 1 a \$ 4	99	28,29%
De \$ 5 a \$ 9	108	30,86%
De \$ 10 a \$ 14	59	16,86%
De \$ 15 a \$ 19	15	4,29%
\$ 20 o más	52	14,86%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa a familias de Loja

**Elaborado por:** El Autor

GRAFICA N° 11



### Análisis del resultado

Al consultarles qué cantidad de dinero destina para el consumo de alimentos dentro de un parque recreacional, manifestaron lo siguiente: El 4.86% no gasta, el 28.29% gasta de \$1 a \$4 dólares; el 30.86% destina de \$5 a \$9 dólares, el 16.86% gasta de \$10 a \$14 dólares, el 4,29% gasta de \$15 a \$19 dólares, el 14.86% gasta más de 20 dólares en bebidas y comida.

## PREGUNTA 8

¿Qué deporte o actividad le gustaría desarrollar dentro de un parque recreacional?

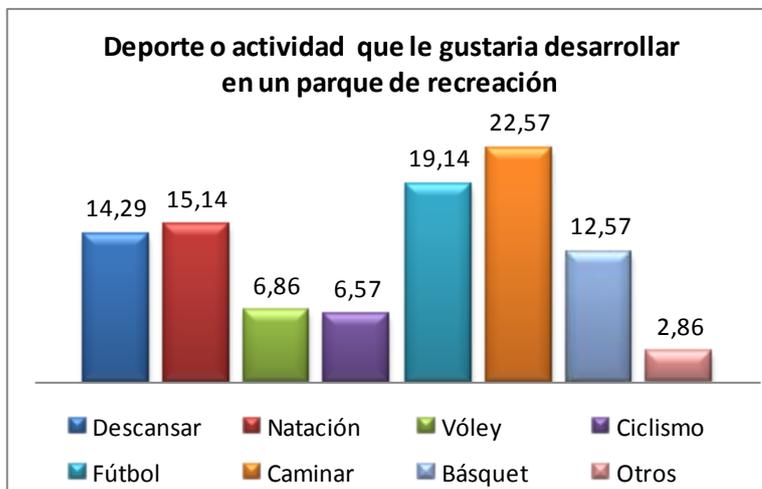
CUADRO N° 11

### DEPORTE O ACTIVIDAD QUE DESARROLLARIA DENTRO DE UN PARQUE RECREACIONAL

MENCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descansar	50	14,29%
Natación	53	15,14%
Vóley	24	6,86%
Ciclismo	23	6,57%
Fútbol	67	19,14%
Caminar	79	22,57%
Básquet	44	12,57%
Otros	10	2,86%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Directa a familias de Loja  
Elaborado por: El Autor

GRAFICA N° 12



### Análisis del resultado

Al preguntarles Qué deporte o actividad le gustaría practicar dentro de un parque recreacional manifestaron lo siguiente: el 14.29% prefiere descansar dentro de un parque; el 15.14% le gustaría practicar la natación; el 6.86% practica el vóley; el 6.57% le gustaría practicar el ciclismo; el 19.14% le gustaría practicar el Fútbol; el 22.57% caminar; el 12,57% le gustaría el Básquet; y el 2.86% otros deportes o actividades.

### PREGUNTA 9

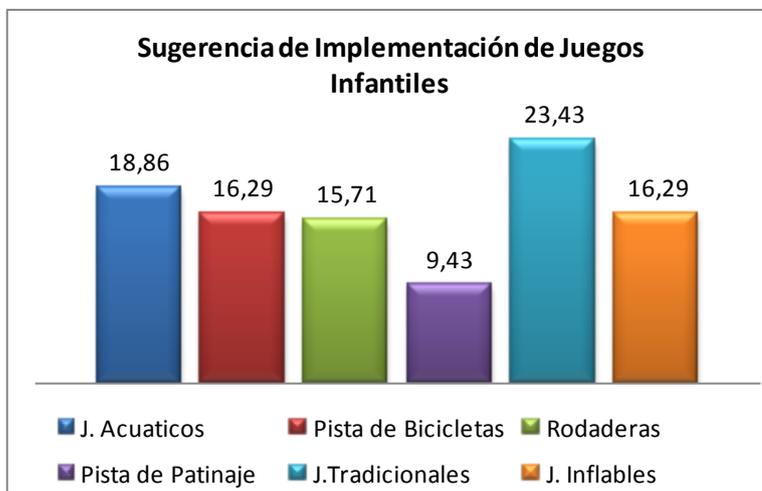
¿Qué tipo de distracciones, juegos, o entretenimiento para niños le gustaría que existieran en un parque de recreación?

**CUADRO N° 12**  
**SUGERENCIAS DE IMPLEMENTACIÓN DE JUEGOS INFANTILES**

MENCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
J. Acuáticos	66	18,86%
Pista de Bicicletas	57	16,29%
Rodaderas	55	15,71%
Pista de Patinaje	33	9,43%
J. Tradicionales	82	23,43%
J. Inflables	57	16,29%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa a familias de Loja  
**Elaborado por:** El Autor

GRAFICA N° 13



### Análisis del resultado

Con respecto a qué tipo de juegos infantiles le gustaría que se implemente el 18.86% prefieren los Juegos Acuáticos; el 16,29% Pista de Bicicletas, el 15.71% Rodaderas; el 9.43% Pista de patinaje; el 23.43% prefieren los Juegos Tradicionales; el 16.29% prefieren los Juegos Inflables.

## PREGUNTA 10

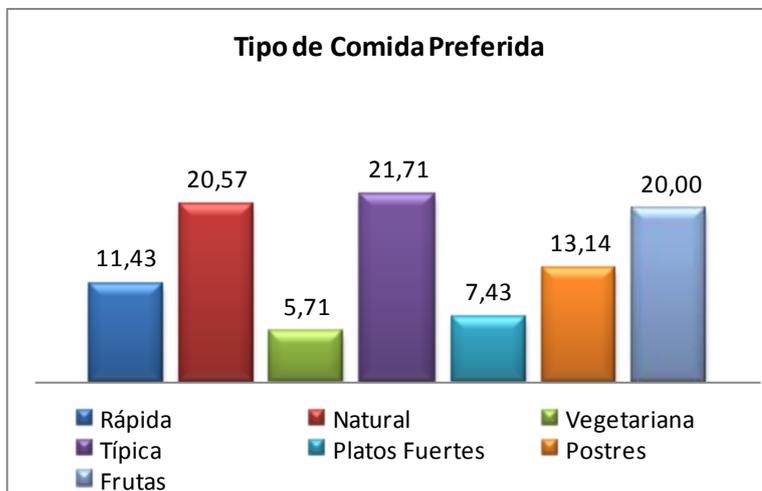
¿Qué tipo de comida preferiría que existiera dentro de un parque de recreación?

**CUADRO N° 13**  
**TIPO DE COMIDA PREFERIDA**

MENCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Rápida	40	11,43%
Natural	72	20,57%
Vegetariana	20	5,71%
Típica	76	21,71%
Platos Fuertes	26	7,43%
Postres	46	13,14%
Frutas	70	20,00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa a familias de Loja  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICA N° 14**



### Análisis del resultado

Este cuadro nos permite conocer las preferencias sobre el tipo de comida que más les gusta obteniendo como resultado que 40 familias que representan el 11,43% de los encuestados prefieren la comida Rápida, el 20,57% se inclina por lo Natural, el 5,71% le gustaría la comida Vegetariana, el 21,7% que significa 76 familias prefieren comida Típica, el 7,43% prefieren Platos Fuertes, el 13,14% Postres, el 20% prefieren frutas.

### PREGUNTA 11

¿Haría uso usted de la cancha sintética de futbol dentro de un parque de recreación?

**CUADRO N° 14**  
**USO DE CANCHA SINTÉTICA**

MENCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	184	46,00%
NO	216	54,00%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa a familias de Loja

**Elaborado por:** El Autor



### Análisis del resultado

Al interrogarles si hacen uso de las canchas sintéticas de nuestra ciudad manifestaron lo siguiente: el 46% manifestaron que si, en cambio del 54% no usan las canchas sintéticas de nuestra ciudad. Información que nos permitiría saber el posible uso de la cancha y la cantidad de visitas adicionales que se podría dar por el uso de este servicio.

### **PREGUNTA 12**

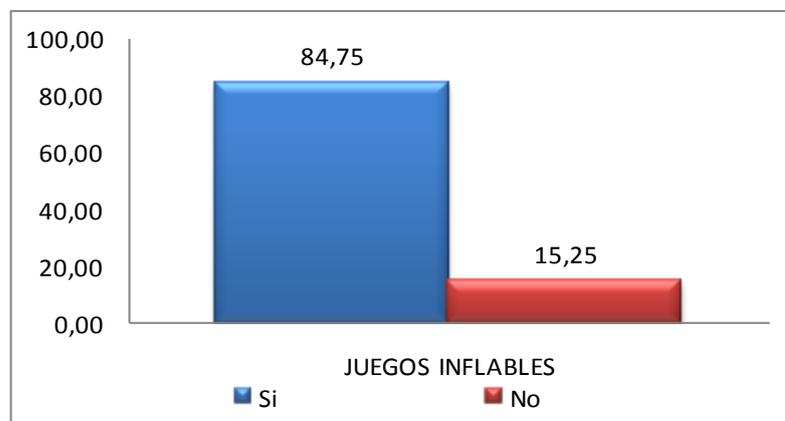
**¿Cree usted que los juegos inflables, son una buena opción para la diversión de los niños?**

### **CUADRO N° 15**

#### **ACEPTACION DE LOS JUEGOS INFLABLES PARA NIÑOS**

MENCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	339	84,75%
No	61	15,25%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa a familias de Loja  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO N° 16**Análisis del resultado

El 84,75% de los encuestados piensan que si son buena opción, en cambio que el 15,25% piensan que no. Por lo que nos ayudara a decidir la implementación de este servicio.

**PREGUNTA 13 (opción múltiple)**

**¿Qué servicio, atractivos, o juegos adicionales le gustaría que se implemente en este centro de recreación?**

**CUADRO N° 16****SERVICIOS O JUEGOS ADICIONALES**

MENCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Internet	86	21,50%
Área de descanso	78	19,50%
Juegos de salón	55	13,75%
Áreas verde	65	16,25%
Tenis	34	8,50%
Salón Social	23	5,75%
Fiestas Infantiles	55	13,75%
Otros	4	1,00%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa a familias de Loja **Elaborado por:** El Autor

GRAFICA N° 17



### Análisis del resultado

Al consultarles qué servicio, atractivos, o juegos adicionales le gustaría que se implemente en este centro de recreación ellos manifestaron lo siguiente. Que se implemente Internet el 21.5% de los encuestados; Área de descanso el 19,5%; Juegos de Salón el 13,75%; Áreas Verdes el 16,25%; Cancha de Tenis el 8,50%; Salón Social el 5,75%; Fiestas Infantiles el 13,75% y Otros el 1%.

## PREGUNTA 14

¿Utilizaría usted los servicios de un parque recreacional, en donde existirán juegos para niños, restaurante, áreas verdes, canchas sintéticas, de buena calidad y buen precio, los mismos que serán ofrecidos por una nueva empresa de la ciudad, en el sector de Jipíro Alto?.

**CUADRO N° 17**

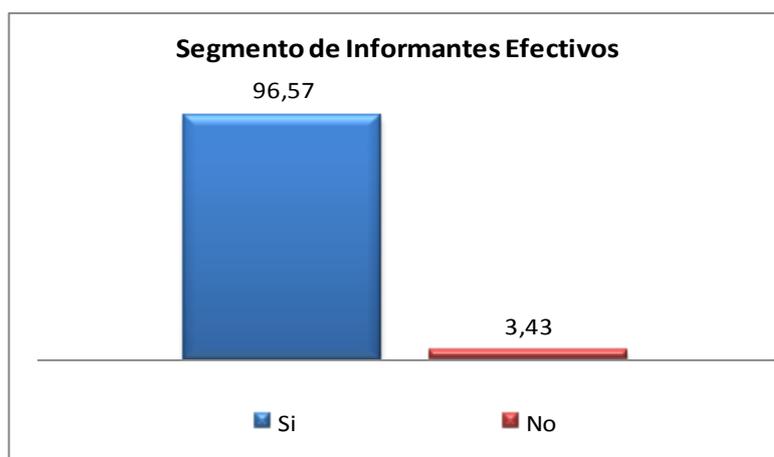
### UTILIZACIÓN DE SERVICIOS

MENCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	338	96,57%
No	12	3,43%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Directa a familias de Loja

Elaborado por: El Autor

**GRAFICA N° 18**



### Análisis del resultado

La información presentada en el cuadro N° 17 nos indica que: el 96.57% de los encuestados están dispuestos a usar los servicios de este parque, mientras que el 3.43% no lo usaría.

### **PREGUNTA 15**

**¿Conoce algún tipo de parque de recreación que ofrezca un servicio parecido al del presente proyecto?**

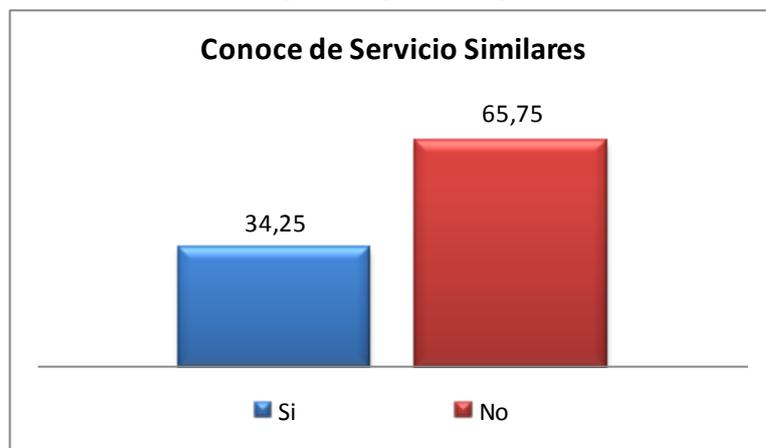
### **CUADRO N° 18**

#### **CONOCIMIENTO DE PARQUES SILIMARES**

<b>MENCIONES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	137	34,25%
No	263	65,75%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa a familias de Loja

**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICA N° 18**Análisis del resultado

En esta pregunta se obtiene la siguiente información: El 34.25% si conoce de lugares similares, mientras que el 65,75%, no conoce.

**PREGUNTA 16 (opción múltiple)**

**¿Qué tipo de medio de comunicación usted prefiere?**

**CUADRO N° 19****MEDIOS DE COMUNICACIÓN PREFERIDOS**

MENCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	242	60,50%
Radio	105	26,25%
Prensa Escrita	53	13,25%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa a familias de Loja

**Elaborado por:** El Autor

GRAFICA N° 20



### Análisis del resultado

En esta pregunta se obtuvo la siguiente información: El 60,50% de los encuestados prefiere la televisión, el 26,25% prefiere la radio, y el 13,25% prensa escrita.

### **PREGUNTA 17 (opción múltiple)**

**¿En qué horarios usualmente usted tiene acceso a estos medios de comunicación?**

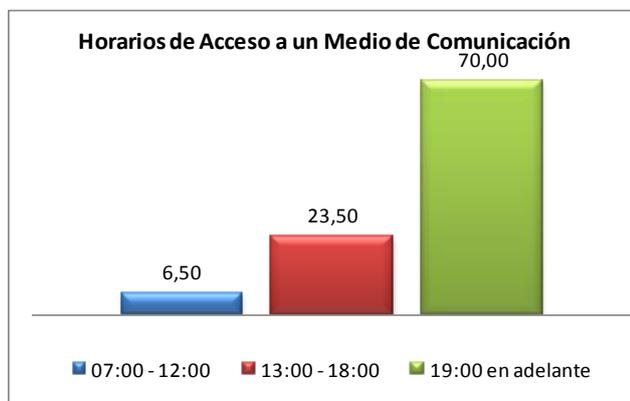
CUADRO N° 20

### **HORARIOS DE ACCESO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

MENCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
07:00- 12:00	26	6,50%
13:00 - 18:00	94	23,50%
19:00 en adelante	280	70,00%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa a familias de Loja

**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICA N° 21**

### Análisis del resultado

La información presentada en el cuadro N° 20 indica que: el 6,50% de los encuestados tienen acceso a la publicidad en la mañana, el 23.50% en la tarde y la gran mayoría el 70% lo hacen en la noche.

### **Análisis de los Resultados**

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta podemos afirmar que: El mercado de la ciudad de Loja, en su gran mayoría tiene como promedio de integrantes cuatro personas, siendo este número el de personas que se consideraran al momento de visitar algún lugar de recreación.

La mayoría de la ciudadanía del sector urbano de Loja, busca una forma de recrearse, viendo en los parques de recreación el lugar más idóneo para pasar momentos agradables. Los habitantes de Loja concurren a un parque

en promedio de 3 veces al mes, siendo los días domingos y sábados los días más visitados.

Para que un parque tenga la aceptación de la ciudadanía, lo primero que tomaran en cuenta es que sea de un Ambiente agradable, Seguro, y Limpio.

Las comidas mas preferida por la gente son la comida típica, y las frutas. El consumo promedio dentro de un parque es de 5 a 10 dólares por familia.

Los deportes o actividades que más practican en un parque son: el Futbol, Caminar, y Descansar.

Un parque de recreación debe contar de contar entre otras cosas con el servicio de acceso a internet, una área de descanso, y áreas verdes.

Los juegos acuáticos, tradicionales, y los juegos inflables son los juegos más requeridos por la población, y opinan que los juegos inflables son una buena alternativa para la recreación infantil.

En la ciudad de Loja, la mayoría de personas no conoce de ningún parque recreacional que ofrezca un servicio con similares características planteadas en este proyecto.

El medio de publicidad que mas acceso tiene la ciudadanía es la televisión y el horario preferido es a partir de las 19:00 horas

## **g. DISCUSIÓN**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado se ha realizado para obtener y analizar el comportamiento de los consumidores, necesidades, gustos, preferencias, actitudes y demanda insatisfecha, de forma que se tenga la suficiente información que permita conocer el mercado y tomar decisiones.

#### **Comportamiento de los Demandantes**

El estudio de mercado, como uno de los pilares fundamentales para un proyecto de factibilidad, es necesario establecer en primer lugar los demandantes ya que son los clientes futuros de medición para establecer las posibilidades favorables al estudio.

Con la aplicación de encuestas se determinó un diagnóstico de las condiciones actuales del mercado respecto a la aceptación del parque recreacional, los resultados tabulados se muestran en los cuadros que se emplean más adelante.

La encuesta fue aplicada a una muestra aleatoria de 400 familias de la ciudad de Loja, posibles clientes, sirvieron para determinar con qué frecuencia utilizan un parque recreacional, cuáles son los lugares preferidos,

los factores que los usuarios consideran al momento de adquirir este servicio y también para determinar la aceptación que tendrá el servicio en el mercado local.

### **Análisis de la Demanda.**

Consiste en determinar los usuarios, así como sus características esenciales. Se distinguen aspectos globales como el tamaño del mercado potencial de crecimiento, proyección de la demanda, segmentos de mercado específicos, necesidades y deseos del consumidor aspectos del comportamiento con el proceso de uso del consumidor y su conducta

Para realizar la determinación de la demanda se ha basado en dos fuentes de información: primarias y secundarias. Las fuentes primarias se las ha obtenido del INEC de acuerdo al último censo nacional de población y vivienda realizada en el año 2010 con los datos de las ciudad de Loja, Las fuentes secundarias han sido las encuestas.

### **Clasificación de la Demanda.**

La demanda del servicio de recreación se podría clasificar de acuerdo a varios aspectos o factores como por ejemplo: ubicación geográfica, nivel de

ingresos económicos, número de integrantes del núcleo familiar, estado civil, preferencias por las diversiones, etc.

### **Factores que afectan la Demanda.**

Los factores que van a afectar la demanda son de varios ámbitos, entre los cuales:

- El nivel económico del país determinará los sueldos de los clientes.
- La época del año, es otro factor a considerar; será favorable un año no muy lluvioso.
- El buen estado de las vías de acceso al parque.

### **Comportamiento histórico de la demanda.**

No se posee información histórica sobre el comportamiento de la demanda interna hacia los parques de recreación de la ciudad de Loja. Pero la tendencia de su crecimiento poblacional es muy importante. En todo caso la información que se ha podido obtener ha sido con referencia a los diferentes parques de la ciudad.

### **Mercado Objetivo**

Se refiere a determinar hacia donde voy a enfocar el ofrecimiento del producto, a través de la segmentación geográfica, por lo tanto el mercado

en la ciudad de Loja, luego la segmentación demográfica, el mismo que está compuesto por todas las familias de la zona urbana.

El mercado objetivo es un segmento del mercado al que un servicio en particular es dirigido, Por lo tanto, el mercado objetivo del proyecto, está conformado por toda la población de la ciudad de Loja.

### **Promedio de Uso de un Parque Recreacional**

Para conocer el promedio de uso anual de un parque recreacional entre las diferentes familias urbanas de la ciudad de Loja, se utilizo el análisis de los datos que se encuentran en el cuadro N° 4

#### **CUADRO N° 21**

##### **NÚMERO DE VISITAS ANUALES A UN PARQUE RECREACIONAL**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>INFORMANTES</b>	<b>TIEMPO ( 1 año)</b>		<b>TOTAL AÑO</b>
Visitas Semanal por familia	81	Semanas Año	52	4212
Visitas Quincenal por familia	193	Quincenas Año	26	5018
Visitas Mensual por familia	76	Meses Año	12	912
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>			<b>10.142,00</b>

**Fuente:** Datos de la grafica N° 4

**Elaborado por:** El Autor

De los informantes efectivos que fueron encuestados, se puede obtener la información suficiente para realizar un resumen anual total de las cantidades de visitas a un parque recreacional, obteniendo que en el año se realiza un número total de visitas de 10.142,00. Esta cantidad permite establecer el promedio que una familia visita anual un parque, el cual se obtiene al dividir los 10.142 visitas totales, para 350 familias que si visitan un parque de recreación, obteniendo como resultado 29 visitas anuales por familia, considerando un promedio de 4 persona por familia.

### **Demanda Potencial**

La demanda potencial del servicio se obtiene, tomando en cuenta la población urbana de la ciudad de Loja, en la que existe un total de 53.713 familias. Seguidamente a través de la multiplicación que se realiza entre el total de población, por el promedio de visitas anual por familia, el mismo que es de 29 dando un total de 1'557.677 familias que es nuestra demanda potencial.

**CUADRO N° 22**  
**DEMANDA POTENCIAL**

<b>PROMEDIO DE VISITAS OBTENIDO MEDIANTE ENCUESTAS A INFORMANTES</b>		
<b>POBLACIÓN (FAMILIAS) LOJA</b>	<b>PROMEDIO DE VISITAS POR AÑO</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL POR AÑO</b>
<b>53.713</b>	<b>29</b>	<b>1'557.677</b>

**Fuente:** Datos de los cuadros N° 4, 3 y el análisis de cuadro 21

**Elaborado por:** El Autor

## Demanda Real

Para determinar la demanda Real del servicio se procede a inferir la información de los encuestados, respecto al universo que será el área de influencia para la empresa.

La demanda real del producto se obtiene, tomando en cuenta la población total de la ciudad de Loja, en la que existe un total de 53.713 familias, a esta cantidad se la multiplica por el porcentaje potencial, el cual se obtiene del porcentaje de usuarios positivos, el cual en este caso es de 87,50% determinándose con estas dos cantidades el total de usuarios que es de 46.999 familias, seguidamente a través de la multiplicación que se realiza entre el total de consumidores inferidos, por el promedio de visitas anual por familia, el mismo que es de 29, obteniendo una demanda real de 1'362.971 visitas por año

### CUADRO N° 23

#### DEMANDA REAL

PROMEDIO DE VISITAS OBTENIDO MEDIANTE ENCUESTAS A INFORMNATES EFECTIVOS		
POBLACIÓN (FAMILIAS) LOJA	PORCENTAJE INFORMNATES POSITIVOS	TOTAL DE FAMILIAS INFERIDAS
<b>53.713</b>	<b>87,50%</b>	<b>46.999</b>

**Fuente:** Datos de los cuadros N° 22

**Elaborado por:** El Autor

## Demanda Efectiva

Para determinar la demanda efectiva se multiplica la cantidad de 46.999 informantes de consumo real, por el porcentaje de informantes que si están dispuestos a usar los servicios del parque recreacional propuesto en este proyecto, el mismo que alcanza el 96,57%; obteniendo un total de 45.387 usuarios, cantidad que se la multiplica por el promedio de visitas anual que es 29 visitas, resultando una demanda efectiva de 1'316.223 familias al año.

**CUADRO N° 24**  
**DEMANDA EFECTIVA**

<b>PROMEDIO DE VISITAS OBTENIDO MEDIANTE ENCUESTAS A INFORMANTES EFECTIVOS DE CONSUMO</b>				
POBLACIÓN (FAMILIAS) INFORMANTES DE CONSUMO REAL	PORCENTAJE INFORMANTES POSITIVOS QUE PREFEREN EL NUEVO PARQUE RECREACIONAL	POBLACIÓN INFORMANTE DE CONSUMO EFECTIVO	PROMEDIO DE CONSUMO POR AÑO	DEMANDA EFECTIVA POR AÑO
<b>46.999</b>	<b>96,57</b>	<b>45.387</b>	<b>29</b>	<b>1'316.223</b>

**Fuente:** Datos de los cuadros N° 23, 22

**Elaborado por:** El Autor

## Proyección de la Demanda Futura

Para proyectar la demanda de la población por el periodo de vida útil de este proyecto se toma como base la tasa de crecimiento de la población del cantón Loja es de 2.27%, según datos del último censo de población y

vivienda 2010; así se procederá a realizar la proyección de la demanda con un crecimiento promedio del 2,27% para los próximos 10 años, así como también la demanda potencial, demanda real, la demanda efectiva, es así que tenemos para el año base la proyección de la demanda es de 1'316.223;

**CUADRO N° 25**  
**DEMANDA FUTURA**

<b>AÑO</b>	<b>POBLACIÓN FAMILIAS</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>DEMANDA ACTUAL O REAL</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>	<b>PROMEDIO DE VISITAS ANUAL POR FAMILIA</b>	<b>DEMANDA TOTAL EFECTIVA</b>
	<b>2,27</b>	<b>100%</b>	<b>87,50%</b>	<b>96,57%</b>		
0	53.713	53.713	46.999	45.387	29	1.316.223
1	54.932	54.932	48.066	46.417	29	1.346.101
2	56.179	56.179	49.157	47.471	29	1.376.658
3	57.455	57.455	50.273	48.549	29	1.407.908
4	58.759	58.759	51.414	49.651	29	1.439.867
5	60.093	60.093	52.581	50.778	29	1.472.552
6	61.457	61.457	53.775	51.930	29	1.505.979
7	62.852	62.852	54.995	53.109	29	1.540.165
8	64.278	64.278	56.244	54.315	29	1.575.127
9	65.738	65.738	57.521	55.548	29	1.610.882
10	67.230	67.230	58.826	56.809	29	1.647.449

**Fuente:** Encuestas, INEC Censo de Población y Vivienda 2010 y cuadros 22,23,24

**Elaborado por:** El Autor

### **Análisis de la oferta.**

El propósito de conocer la oferta es para determinar la cantidad de producto que se ofrece en el mercado por parte de la competencia.

Se entiende por oferta a la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes o productores, están dispuestos a poner a disposición del mercado potencial para ser adquiridos<sup>23</sup>

Por lo tanto es fundamental el conocer aspectos tales como: su capacidad instalada, su producto, entre otros aspectos.

Para determinar la oferta existente, del servicio en la ciudad de Loja se procedió a realizar entrevistas a las personas encargadas de los parques que fueron mencionados por los encuestados en la pregunta número 2 de las encuestas (anexo 1) Según los datos proporcionados se realizaron 7 entrevistas que fueron dirigidos a: Parque Jipíro, Parque la Banda, Parque la Tebaida, Parque Zamora Huayco, Parque Daniel Álvarez. Parque Pucara.

---

<sup>23</sup> Enciclopedia Dirección de Marketing y Ventas, Editorial Cultural de ediciones, tomo 2

### Estimación de la Oferta.

La estimación de la oferta está dada por los datos obtenidos en la entrevista, exactamente de la pregunta 5 de la entrevista (anexo 2), de los cuales se obtienen la siguiente información:

**CUADRO N° 26**  
**OFERTA MENSUAL DEL SERVICIO**

<b>PARQUES DE LA CIUDAD DE LOJA</b>	
<b>PARQUES</b>	<b>Oferta Mensual</b>
Parque Jipíro	18.188
Parque la Banda	10.009
Parque Pucara	4.086
Parque Zamora Huayco	2.818
Parque Daniel Álvarez	5.217
Parque la Tebaida	9.037
<b>TOTAL</b>	<b>49.355</b>

**Fuente:** Entrevista a varios responsables de parques de la ciudad  
**Elaborado por:** El Autor

De la investigación realizada se puede determinar que las visitas a parques recreacionales ascienden mensualmente a 49.355, y todos estos parques no tienen ningún costo su entrada, en algunos de ellos pagan para tener acceso a ciertas actividades.

**CUADRO N° 27**  
**OFERTA ANUAL DEL SERVICIO**

<b>PARQUES DE LA CIUDAD DE LOJA</b>		
<b>PARQUES</b>	<b>Oferta Mensual</b>	<b>Oferta Anual</b>
Parque Jipíro	18.188	218.256
Parque la Banda	10.009	120.108
Parque Pucara	4.086	49.032
Parque Zamora Huayco	2.818	33.816
Parque Daniel Álvarez	5.217	62.604
Parque la Tebaida	9.037	108.444
<b>TOTAL</b>	<b>49.355</b>	<b>592.220</b>

**Fuente:** Entrevista a varios responsables de los parques de la ciudad

**Elaborado por:** El Autor

La oferta es proyectada de acuerdo a la tabla de crecimiento empresarial del Ecuador, que según la pagina web de indexmundi está en un 3.6% anual, el crecimiento ecuatoriano.

La proyección que tiene la oferta de este servicio en el sector de Loja es muy buena y promisoría. Nuestra ciudad cuenta con un clima muy variante, lo que hemos visto como una ventaja, porque ningún tipo de parque cuenta con juegos infantiles con cubierta, en tal virtud se proyecta que crezca la oferta para satisfacer la futura demanda también.

**CUADRO N° 28**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA PARA 10 AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL**  
**PROYECTO**

PARQUE RECREACIONALES		
AÑOS	T.C.A	OFERTA PROYECTADA ANUAL
0		592.220
1	3.6%	613.540
2	3.6%	635.627
3	3.6%	658.510
4	3.6%	682.216
5	3.6%	706.776
6	3.6%	732.220
7	3.6%	758.580
8	3.6%	785.889
9	3.6%	814.181
10	3.6%	843.491

Fuente: [www.indexmundi.com](http://www.indexmundi.com), Cuadro N° 27

Elaborado por: El Autor

**Determinación de la Demanda insatisfecha.**

La demanda insatisfecha es simplemente la diferencia que resulta entre la demanda y la oferta, permite conocer la relación existente, y ésta diferencia si es favor de la demanda, viene a constituir la demanda insatisfecha, con respecto al producto.

Para cuantificar la demanda insatisfecha, se realiza un balance entre oferta y demanda, datos obtenidos a través de las encuestas y entrevistas aplicadas en el presente estudio.

**CUADRO N° 29**  
**DEMANDA INSATISFECHA DEL PROYECTO**

<b>DEMANDA INSATISFECHA DEL PROYECTO</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
0	1.316.223	592.220	724.003
1	1.346.101	613.540	732.561
2	1.376.658	635.627	741.030
3	1.407.908	658.510	749.398
4	1.439.867	682.216	757.651
5	1.472.552	706.776	765.776
6	1.505.979	732.220	773.759
7	1.540.165	758.580	781.585
8	1.575.127	785.889	789.238
9	1.610.882	814.181	796.701
10	1.647.449	843.491	803.958

**Fuente:** Investigación de mercado 2011, Cuadro N° 29

**Elaborado por:** El Autor

En este cuadro se puede observar la evolución de la demanda insatisfecha, en el año base se obtiene una demanda insatisfecha de 724.003 familias; en el quinto año asciende a 765.776 familias; y en el décimo año se obtiene 803.956 familias.

El comportamiento de la oferta y la demanda se puede analizar de la siguiente forma: la demanda del servicio actualmente es alta en la ciudad, debido a que cada vez son menos los espacios verdes que tiene la ciudad, y conjuntamente con la necesidad de la familia a recrearse en un parque se crea esta demanda. La oferta es baja tomando en cuenta las características del parque planteadas en este proyecto

### **Plan de Comercialización**

En la fase de comercialización es elaborar un proceso que haga posible que el producto proveniente de esta nueva empresa de servicio llegue al consumidor. Esto incluye la investigación de mercado, que permitió identificar los gustos y preferencias de los consumidores y así poder determinar sus necesidades.

El plan de comercialización está orientado a dirigir todo el esfuerzo hacia un segmento muy determinado del mercado como son los servicios de parque recreacional.

La capacidad para competir solo se podrá reflejar de dos maneras:

- a) Tener una estructura de bajo costo (si es barato producir, puedo vender barato)

- b) Plantear al mercado una oferta diferenciada

## **Determinación de la Misión y Visión**

### **“LOXA PARK”**

#### **MISIÓN**

Nuestra misión es aportar diversión a toda la familia, y sobre todo a los niños, generando confianza y garantizando la tranquilidad a los padres y representantes.

#### **VISIÓN**

Es convertirnos en actor clave en el segmento de Parques de Recreación ubicados dentro de la ciudad, con Recursos Humanos especializados y tecnología, forjando la lealtad de nuestros clientes.

## **Sistema De Comercialización**

Dentro de la comercialización se analiza los rubros que tienen relación con los cuatro elementos conocidos como la mezcla de mercadotecnia como son:

### **Producto o Servicio**

El servicio motivo de la presente investigación, tiene por objeto la necesidad de la población de contar un parque donde se brinde un servicio que pueda ser optado por todos los integrantes de la familia.

Por consiguiente, el servicio del presente proyecto es. DIVERSION PARA LA FAMILIA “LOXA PARK”, en una infraestructura técnica, segura, y cómoda, proporcionando al mercado un servicio de elevada calidad, que permita satisfacer las necesidades del consumidor, teniendo como característica principal la seguridad de los más pequeños, con un modelo de parámetros y estándares de normalización de calidad que le permita afianzarse en el mercado en corto tiempo, cubriendo de esta manera parte de la demanda existente

Es necesario proporcionar un logotipo para dar a conocerse en el mercado lo que permita identificarse ante el resto de competencia.

**Productos Sustitutos.-**

Los parques de recreación pueden de alguna manera ser sustituidos, por diferentes lugares de recreación como son: Cines, Hosterías, Centros Comerciales.

**Productos Complementarios.-**

Este parque puede ser utilizado también como:

- Área de desarrollo de eventos
- Fiestas Infantiles
- Escuela de Futbol

**Posibles Demandantes.**

La oferta existente de la zona, es en cierto sentido nula, ante las características de este parque, de tal manera que el sector familiar sería uno de los principales posibles demandantes sin descuidar a clientes individuales.

**CUADRO N° 30**  
**FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO**

<b>PRODUCTO</b>	Parque de Recreación "Ioxa Park"
<b>Capacidad</b>	1306 personas
<b>Área Terreno</b>	6000 m <sup>2</sup>
<b>Servicios</b>	Área Cubierta Juegos Inflables Área de Juegos Libres Cancha Sintética de Fútbol Cancha Sintética de Vóley Piscinas Bar- Restaurante Área verde Salón social
<b>Atención</b>	Martes a Domingo
<b>Horario</b>	10:00 a 23:00

**Fuente:** Investigación de mercado 2011,  
**Elaborado por:** El Autor

### **Presentación del Producto**

El concepto de calidad está formado, por factores como seguridad, tranquilidad, divertido. Todo esto deberá estar de alguna manera reflejado en la presentación del producto.

- Nombre Comercial: "LOXA PARK"
- Eslogan Publicitario: Diversión a tu Medida

**GRAFICA N° 22****PRESENTACION DEL SERVICIO****PRECIO**

Es importante recalcar que los clientes confían mucho en los precios como un indicador de la calidad del servicio, en especial cuando tienen que tomar decisiones con información completa. Hay que tomar en cuenta también que los precios varían de acuerdo al lugar donde se encuentran y de acuerdo a su marca.

En la ciudad de Loja, existen varios factores que afectan o influyen en el comportamiento de los precios tales como:

- La inflación monetaria del país, es gradual y siempre con tendencia a incrementarse;
- El costo de los insumos, que fluctuarán por circunstancias como su escasez o superávit, un gran porcentaje de estos insumos son productos que provienen de otros países o ciudades que elevarán su costo y por ende su precio del servicio.
- Por último se encuentra el mercado de servicios en sí, que si bien en nuestra ciudad, no existe un mercado igual, hay lugares que sí prestan algún servicio de los que vamos a ofertar y esto puede hacer que exista la tendencia a variar por precios.

Por estos y otros factores se ha establecido el precio del valor de la entrada en \$ 2,00 para todas las personas mayores de 3 años.

## **MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN.**

### **Estrategias de servicio.**

La principal estrategia de servicio va a ser la atención al cliente de una manera personalizada, cordial, brindándole un ambiente confortante y procurando su mayor bienestar durante toda su estancia en el parque. El personal que va a trabajar en el parque será capacitado en ese sentido y de

igual manera, será motivado y evaluado constante mente al respecto. El orden y la limpieza se mantendrán siempre en todas las instalaciones del parque. Se dispondrá de medios suficientes para solventar aspectos emergentes tales como cisternas y plantas eléctricas que permitirán evitar malestar a los clientes.

### **Estrategias de precios.**

Las instalaciones que se proyectan construir tienen terminados de primera clase, esto va a ocasionar que los precios sean mayores a los que se manejan en los otros parques, pero al manejarse el concepto de exclusividad se logrará hacer valorar el precio que el cliente deba cancelar. Una excelente atención al cliente, haciéndole sentir que es la persona más importante para la empresa pondrá otro valor agregado al servicio prestado. Descuentos en el uso del área del restaurant a grupos de personas, podría ser otra alternativa. El mercado será quien impulse cualquiera de las opciones

### **Estrategias de plaza.**

La estrategia de plaza será lo principal inicialmente un factor decisivo para el posicionamiento en el mercado.

La entrega de los servicios se realiza por venta directa, puesto que ni el servicio principal ni los complementarios se pueden separar del prestador del servicio. Los clientes deben realizar el pago para el servicio que deseen antes de ingresar al mismo.

Todos los servicios adicionales también son entregados por venta directa; sin embargo, los clientes deben realizar los pagos en los lugares específicos del parque en los cuales estén ubicados los servicios. Por ejemplo, en el caso de los restaurant, cancha sintética, etc.

**GRAFICA N° 23**  
**CANAL DE DISTRIBUCIÓN**



**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** El Autor

**Estrategias de promoción.**

Inicialmente se ofrecerán promociones para captar mercado, entre ellas tenemos las siguientes:

- El Parque ofrecerá, en primer lugar, promociones especiales para grupos grandes de instituciones educativas.
- Se pueden introducir varias promociones específicas para el nuevo parque. Una de éstas sería la venta de pases especiales que permitan utilizar ciertos servicios complementarios del parque a un precio menor que la suma de los precios de los servicios pagados individualmente.
- Dichos pases especiales serán variados para acomodarse a las necesidades específicas de los clientes.
- Se pueden ofrecer promociones especiales para grupos grandes que no pertenezcan a instituciones educativas. Éstas pueden estar dirigidas a eventos especiales como cumpleaños u otras ocasiones especiales. Ciertas partes de las instalaciones también se podría reservar para estos grupos en caso se llame con anticipación.
- Por un volumen mayor a 10 personas, habrá un descuento del 10% en alimentación.

**Publicidad.**

La utilización de alternativas de publicidad será de gran importancia, especialmente en el período cercano a la inauguración, tanto antes como después.

Una vez que la existencia y beneficios del parque sean plenamente difundidos en la población, el nivel de publicidad se podrá reducir y centrarse en temas como actualizaciones del parque, aperturas de nuevas zonas, distintas promociones y eventos especiales.

La publicidad por medio de comerciales en la radio y en la televisión será vital. Por un lado, al publicitar el nuevo parque a través de la radio, se podrá alcanzar una cantidad de oyentes muy grande, quienes estarán expuestos a estos comerciales al escuchar la radio tanto es sus casas, como en los medios de transporte. El contenido de dichos comerciales será relativamente breve y tendrá el objetivo de comunicar la existencia del parque, su ubicación exacta, servicios y actividades innovadoras que llamen la atención, así como el énfasis en la recreación en familia.

Por el otro lado, los comerciales en la televisión tendrán una duración más larga y, aparte de ofrecer la información de los comerciales en la radio, permitirán mostrar diversas imágenes y videos del parque, profundizar en las

actividades más llamativas y presentar al parque como un lugar donde se puede compartir tiempo muy valioso con la familia.

Otra alternativa de publicidad especialmente útil durante el período cercano a la inauguración del parque será la distribución de “flyers”.

Éstos mostrarán imágenes del parque, listarán los servicios más atractivos e incluirán un mapa con la ubicación exacta, en la parte posterior.

La distribución de los “flyers” se podrá realizar en centros comerciales, en frente de colegios y en los paraderos con mayor flujo de personas.

Asimismo, se podrán emplear paneles de diversos tamaños, los cuales serán instalados en las avenidas con mayor tránsito de la ciudad de Loja.

Dichos paneles tendrán relativamente poca información porque su objetivo será atraer la atención a través de imágenes y frases llamativas para que los potenciales clientes puedan investigar con mayor detalle más adelante por su cuenta.

Finalmente, será conveniente contar con una página web con información e imágenes sobre distintos aspectos del parque.

Ésta permitirá al cliente informarse sobre los servicios del parque, conseguir información y sus características principales, ver un tour virtual de las

instalaciones, consultar los precios y promociones, averiguar cómo llegar al parque, informarse sobre eventos futuros e ingresar cualquier sugerencia o queja en la sección de atención al cliente.

De acuerdo a la información arrojada por la encuesta los medios adecuados para realizar la publicidad para el parque serán:

- Televisión
- Radio
- Prensa
- Web

**CUADRO N° 31**  
**GASTO DE PUBLICIDAD**

TABLA DE PUBLICIDAD			
MEDIO	NOMBRE	CANTIDAD MENSUAL	VALOR
Televisión	Ecotel tv	60	\$ 600,00
Radio	Súper láser	90	\$ 400,00
Prensa Escrita	La hora	12	& 250,00
<b><i>COSTO DE PUBLICIDAD</i></b>			<b>\$ 1.250,00</b>

**Fuente:** Ecotel tv, Radio Súper Láser, Diario la Hora

**Elaborado por:** El Autor

## ESTUDIO TÉCNICO

### **Generalidades.-**

La consideración técnica dentro de un proyecto es altamente importante, principalmente dentro de un esquema de modernización continuo. La finalidad de este estudio técnico, no es más que definir un tamaño óptimo de producción, dependiendo de las necesidades del mercado o también entrando en un nuevo campo competitivo, obteniendo la información necesaria que permita poder cuantificar el monto de las inversiones, costos de producción y operación.

De igual forma permite considerar el tamaño y las dimensiones de la infraestructura para el desenvolvimiento de los recursos humanos, tanto en el aspecto productivo como administrativo, las inversiones de los recursos materiales que contribuirán a la prestación eficiente y de calidad del servicio para el cual la empresa será implementada, también determinar los resultados que sean atractivos a los inversionistas y por último diseñar la estructura orgánica funcional de la empresa.

## **2.2 Tamaño del Parque.**

Como en este proyecto, se cuenta con un terreno de 6000m<sup>2</sup>, ya no realizamos la selección de tamaño, más bien utilizamos ciertos parámetros para analizar si el terreno cumple con los criterios para el desarrollo del mismo. Dichos parámetros a tomar en cuenta incluyeron:

- La extensión actual del terreno para ubicar y distribuir todos los componentes del parque recreacional.
- El área necesaria que permita una capacidad máxima aceptable, en especial para los días de mayor concurrencia.
- El efecto sobre la inversión inicial en función al tamaño del terreno.
- El tamaño de los parques recreacionales de la competencia.

**CUADRO N° 32**  
**TAMAÑO DEL PARQUE**

<b>TAMAÑO DEL PARQUE</b>			
<b>SERVICIO</b>	<b>AREA DESTINADA EN METROS</b>	<b>m<sup>2</sup> x persona</b>	<b>Capacidad de Personas</b>
Salón Social	250 m <sup>2</sup>	1.50	167
Piscina Con Tobogán	448 m <sup>2</sup>	5.00	90
Área Con Cubierta Para Juegos Inflables	150 m <sup>2</sup>	5.00	30
Bar - Restaurant	270 m <sup>2</sup>	1.50	180
Área Abierta Juegos Infantiles	110 m <sup>2</sup>	5	22
Cancha De Vóley Con Cubierta	252 m <sup>2</sup>		
	Graderío	95,5 m <sup>2</sup>	1,50
	Cancha	156,5 m <sup>2</sup>	-----
Cancha Sintética De Futbol	438 m <sup>2</sup>		
	Graderío	50,58 m <sup>2</sup>	1,50
	Cancha	387,42 m <sup>2</sup>	-----
Parqueaderos	578 m <sup>2</sup>		
Casa Administración (Existente)	78 m <sup>2</sup>	5	16
Senderos	600 m <sup>2</sup>	5	120
Área Verde	2.826 m <sup>2</sup>	5	565
<b>TOTAL</b>	<b>6000 m<sup>2</sup></b>		<b>1306</b>

**Fuente:** Plano Arquitectónico

**Elaborado por:** El Autor

Al analizar el cuadro N°32 determinamos que el tamaño es aceptable para el parque recreacional, de manera que todas las áreas pueden ser incorporadas en el mismo.

### **Capacidad Instalada.**

La capacidad instalada está determinada por el volumen máximo de prestación de servicio que puede alcanzar el parque así como también el componente tecnológico sometiéndolo a su pleno uso en un periodo de tiempo determinado, independientemente de los costos de producción que genere. Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa.

Para la determinación de la capacidad instalada del presente proyecto, se considera como factor principal los parámetros tomando como base la ordenanza de gestión urbana territorial en donde dice:<sup>24</sup> *“Los patios cubiertos y los espacios libres destinados a recreación cumplirán con las siguientes áreas mínimas:*

- a) Preprimaria: 1.50 m<sup>2</sup> x niño.
- b) Primaria y media: 5.00 m<sup>2</sup> x persona

Estos datos de la ordenanza podemos utilizar para el presente parque, ya que está acorde a las exigencias de los parques modernos.

La capacidad seleccionada está ligada a la demanda insatisfecha que para el año base es de 724.003 familias.

---

<sup>24</sup> [www.cae.org.ec/ordenanzas/Q7.pdf](http://www.cae.org.ec/ordenanzas/Q7.pdf)

La capacidad instalada de nuestro proyecto será de 1.306 personas diarias por 26 días laborables del mes y por 12 meses nos da 407.472 personas al año y que dividido para 4 que es el promedio de integrantes por familia, nos da un total de 101.868 familias al año.

### CUADRO N° 33

#### CAPACIDAD DE PRODUCCION AL AÑO

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN AL AÑO		
CAPACIDAD DIARIA DE PERSONAS EN EL PARQUE	CAPACIDAD ANUAL DE PERSONAS EN EL PARQUE	CAPACIDAD DE FAMILIAS EN EL PARQUE EL AÑO
1306	407.472.	101.886

Fuente: Cuadro N° 32

Elaborado por: El Autor

### CUADRO N° 34

#### CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN CON RELACION DE LA DEMANDA

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN RELACION DEMANDA		
AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD DE PRODUCCION
0	724.003	101.886
1	732.561	101.886
2	741.030	101.886
3	749.398	101.886
4	757.651	101.886
5	765.776	101.886
6	773.759	101.886
7	781.585	101.886
8	789.238	101.886
9	796.701	101.886
10	803.958	101.886

Fuente: Cuadro N° 33

Elaborado por: El Autor

La capacidad de servicio instalada será para cubrir 101.866 familias/año

**CUADRO N° 35**  
**CAPACIDAD INSTALADA DE LA PLANTA**

<b>CAPACIDAD INSTALADA DE LA PLANTA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>PORCENTAJE A CUBRIR LA DEMANDA INSATIFECHA</b>
Familias	724.003	101.886	14,07%

**Fuente:** Cuadro N° 33,32

**Elaborado por:** El Autor

De acuerdo a los cálculos realizados se estima que se puede atender un **14,07%** de la demanda insatisfecha

### **Capacidad Utilizada**

La capacidad utilizada está determinada por el nivel de demanda que se desea atender o cubrir durante un periodo determinado. Consecuentemente el nivel de utilización, es el porcentaje de uso efectivo de la capacidad instalada.

De acuerdo a los estudios realizados, en el presente proyecto existe una amplia diferencia entre la oferta y la demanda, la misma que es muy favorable para la nueva unidad productiva por la demanda insatisfecha existente. Tomando en cuenta estos antecedentes la capacidad instalada del cuadro N°34 será igual a la capacidad utilizada durante los 10 años de

vida del proyecto, por cuanto el área física se ajusta para brindar un servicio exactamente 101.866 familias anuales.

### CUADRO N° 36

#### CAPACIDAD UTILIZADA

CAPACIDAD UTILIZADA				
AÑOS	CAPACIDAD UTILIZADA	CAPACIDAD INSTALDA	DEMANDA INSATISFECHA	% A CUBRIR
0	101.866	101.886	724.003	14.07
1	101.866	101.886	732.561	13.91
2	101.866	101.886	741.030	13.75
3	101.866	101.886	749.398	13.59
4	101.866	101.886	757.651	13.44
5	101.866	101.886	765.776	13.30
6	101.866	101.886	773.759	13.16
7	101.866	101.886	781.585	13.03
8	101.866	101.886	789.238	12.90
9	101.866	101.886	796.701	12.78
10	101.866	101.886	803.958	12.67

Fuente: Cuadro N° 33,34

Elaborado por: El Autor

#### Localización

La localización de un proyecto parque recreacional de estas características, influyen directamente en la rentabilidad del mismo, por lo que disponiendo del terreno, es indispensable realizar un análisis para establecer si este

terreno reúne ciertos factores preponderantes que a continuación se detallan, los cuales están relacionados con el mercado, los costos, ubicación de insumos, entre otros, y que a lo largo de este proyecto permitirán establecer decisiones si es o conveniente utilizar el mismo.

### **2.3.1 Factores determinantes para la localización.-**

**TRANSPORTE.-** La ubicación del terreno se encuentra a 10 minutos del centro de la ciudad, y a 3 minutos del parque recreacional Jipíro, esta ubicación es privilegiada para el cliente como para la empresa, para el cliente en el sentido de que los costos y el tiempo que invertirían para llegar son relativamente bajos, y para la empresa representa también bajos costos al momento de la comprar de insumos.

**MANO DE OBRA.-** Al momento de que este parque se encuentre dentro de la ciudad de Loja, permitirá contar con facilidad de la mano de obra calificada y necesaria para la empresa, de igual manera será mucho más fácil el transporte de los empleados.

**SERVICIOS BÁSICOS.-** El lugar donde se encuentra el terreno destinado para el parque recreacional, cuenta con todos los servicios básicos que son indispensables para el desenvolvimiento de cualquier actividad cotidiana estos son: Luz eléctrica, Teléfono, Internet, Agua Potable, Alcantarillado.

## Macro localización

La ubicación del parque recreacional a crearse será en la ciudad de Loja, al sur del Ecuador. Esta decisión se basó en una serie de factores geográficos, socioeconómicos y estratégicos entre los cuales tenemos:

Se tomo la decisión por esta ciudad, por ser donde viven sus futuros propietarios, y por ende su mayor facilidad al momento de supervisar el trabajo y desarrollo del mismo.

También se tomo en cuenta a esta ciudad, por el bajo nivel de competencia, ya que no existe ningún tipo de parque en la ciudad que brinde un lugar de recreación similar al de este.

### IMAGEN N° 1

Identificación de la Ciudad



Fuente: Web  
Elaborado por: El Autor

## **2.5 Micro localización.**

El presente proyecto, reviste características especiales, la determinación de que este parque recreacional se encuentre dentro de la Ciudad de Loja no fue un tema muy complicado, ya que se cuenta con un terreno que se cree que posee el tamaño apropiado para este fin, lo cual será analizado más adelante.

Otro factor preponderante para la elección de este lugar, es que el terreno se encuentra relativamente cerca del centro de la ciudad, y cerca del parque recreacional Jipíro, permitiendo que este sea más accesible.

El sector donde se encuentra ubicado el terreno, goza de un ambiente rodeado de naturaleza, el ambiente paisajista que posee es muy agradable. Por todos estos factores no fue necesario realizar la matriz de ponderación. Por lo tanto se llega a determinar que el lugar por ubicar al parque recreacional es el siguiente:

**PROVINCIA:** Loja

**CANTON:** Loja

**PARROQUIA:** El Valle

**SECTOR:** Jipíro Alto



empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso, así como la maquinaria y equipo necesario.

### **Diseño del Servicio**

El resultado final de la ejecución del proceso en el parque recreacional es el de ofrecer un servicio de seguro recreativo y familia, un servicio de alta calidad, con un buen manejo de las instalaciones, excelente trato. Pilares fundamentales sobre los cuales descansan la calidad, satisfaciendo los diferentes gustos de las personas.

### **IMAGEN N° 3**

### **DISEÑO DEL SERVICIO**



**Elaborado por:** El Autor

## **Proceso del Servicio**

**Objetivo.-** Asegurar un manejo adecuado en la atención al cliente cumpliendo con los procedimientos de manejo operativo.

### **CRITERIOS DE OPERACIÓN DEL PROCESO DE SERVICIO**

Las actividades de manejo operativo a realizarse en el parque recreacional son los siguientes:

1. Venta de Tickets de entrada al parque
2. Elección por parte del usuario del servicio a utilizar
3. Salida de los usuarios.

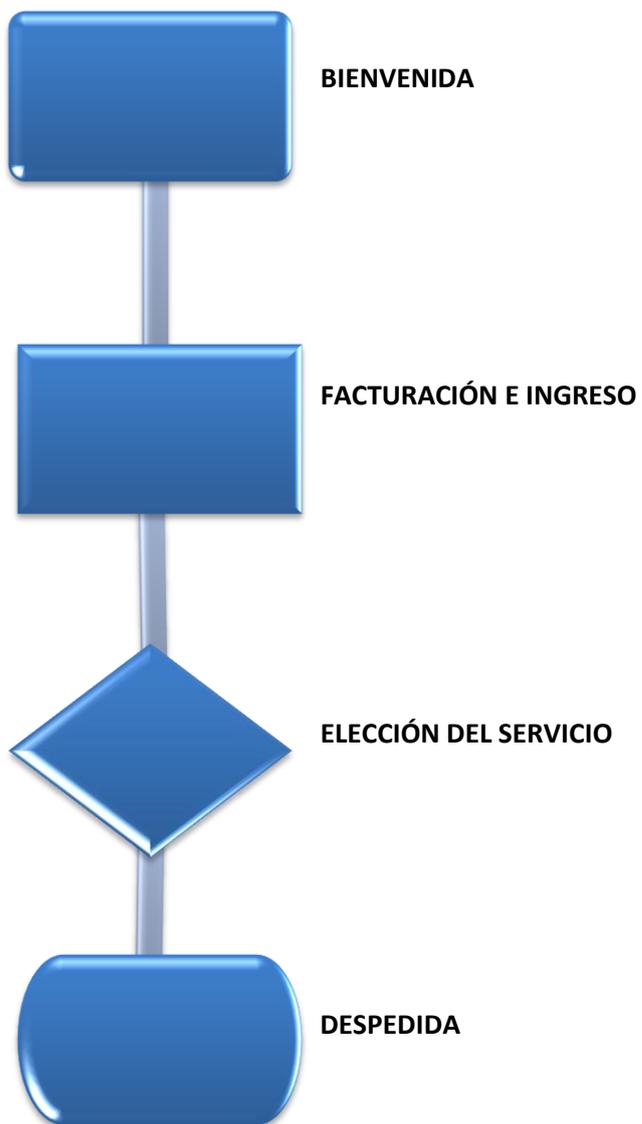
### **DESCRIPCIÓN**

1. **Bienvenida.** Cuando los visitantes llegan al parque deben acercarse a la boletería o hacer la cola correspondiente hasta llegar a ésta. Una

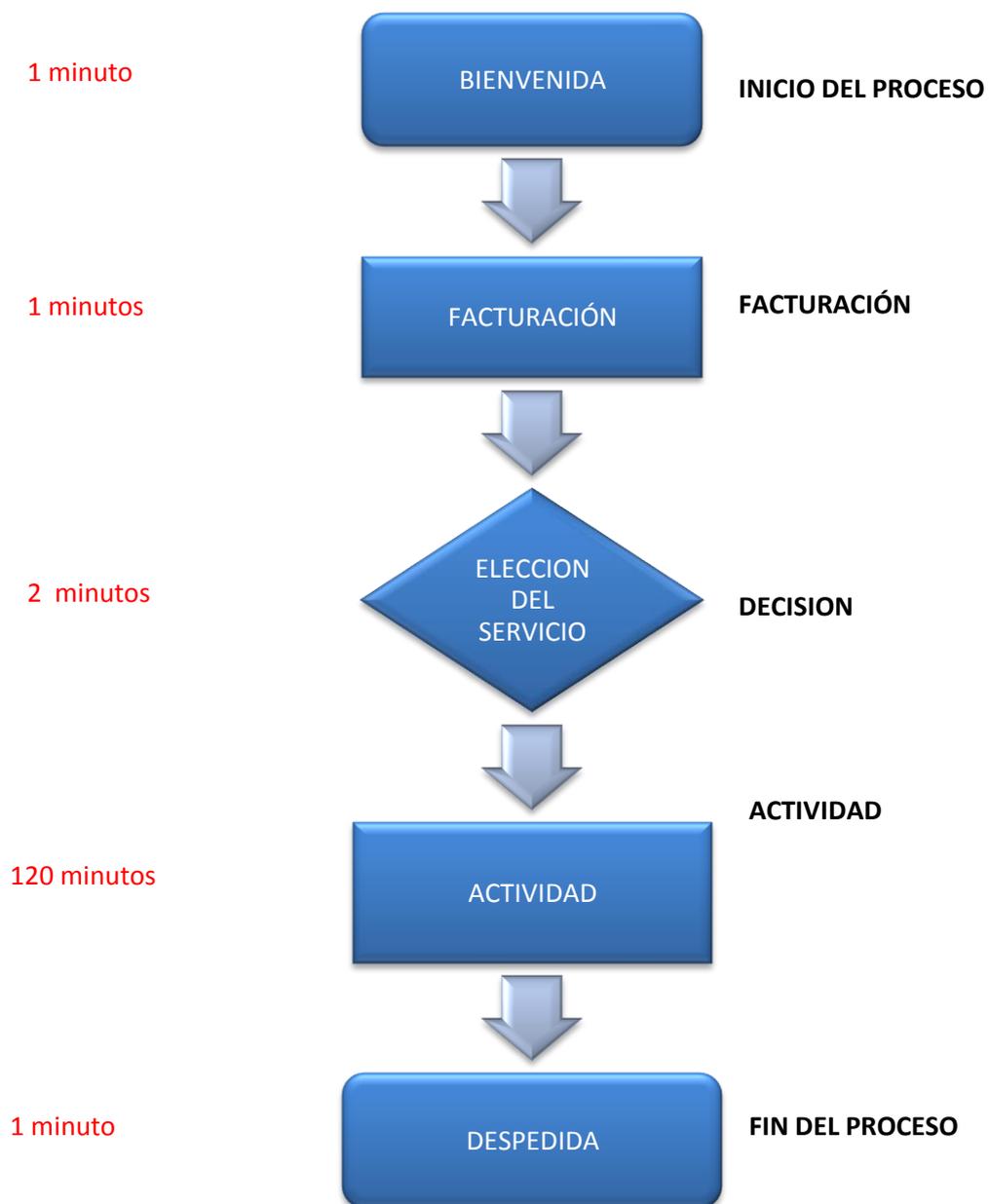
vez ser atendidos se les da una breve explicación sobre las características del parque y sus bondades.

2. **Facturación e Ingreso.** El cliente deberá indicar la cantidad de entradas que desean adquirir para proceder al pago y la correspondiente facturación por la cual, el cliente recibirá el comprobante de pago y tendrá acceso al parque.
  
3. **Elección del Servicio.-** El cliente deberá mostrar el boleto en la puerta principal del parque, de manera que el personal de seguridad pueda confirmar que haya realizado el pago, y el cliente procederá a elegir el servicio.
  
4. **Despedida.-** El cliente luego del uso de los juegos se dispone a la salida en donde se lo despide.

**GRAFICA N° 24**  
**FLUJOGRAMA DEL PROCESO**



**Elaboración:** El Autor

**PROCESO DE GENERACIÓN DEL SERVICIO DEL USO DEL PARQUE****GRAFICA N° 25****PROCESO DEL SERVICIO EN GENERAL**

Fuente: Investigación  
Elaborado por: El Autor

## DIAGRAMA DEL PROCESO DE RECORRIDO DEL SERVICIO DEL PARQUE RECREACIONAL

**GRAFICA N° 26**

FASES	OPERACIÓN	INSPECCIÓN	OPERACIÓN E INSPECCIÓN	ESPERA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	TIEMPO (MINUTOS)
1	●						Bienvenida	1
2	●						Facturación	1
3			□				Elección del Servicio	2
4	●						Actividad	120
5		■					Control de Calidad	10
6	●						Despedida	1
	4	1	1				Totales	135

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** El Autor

**Distribución del Parque:**

La distribución física de la infraestructura del proyecto así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

Una buena distribución debe considerar los siguientes aspectos:

1. Control, todos los componentes necesarios para el proceso deben permitir su control para el trabajo armónico.
2. Movilización, todas las actividades deben ser ejecutadas permitiendo la libre circulación de personal, sin interrumpir otras operaciones.
3. Distancia, el flujo de operaciones secuenciales debe realizarse utilizando los tiempos adecuados sin ocasionar demoras debido a la distancia entre los recursos utilizados para las operaciones.
5. Seguridad, toda operación debe ejecutarse en condiciones que garantice la máxima seguridad al trabajador
5. Espacio, el espacio de trabajo debe ser considerado no solo en dos dimensiones, sino en forma tridimensional, esto es largo, ancho y alto.

6. Flexibilidad, la distribución debe ser de tal forma que pueda reajustarse cuando las condiciones lo requieran, sin entorpecer o imposibilitar el trabajo.

7. Globalidad, la distribución debe permitir la integración de todos los componentes del proceso en un mismo ambiente.

**Área del Servicio.-** Es el espacio físico destinado a la recreación familiar en donde las personas o clientes, pasaran la mayor parte de su tiempo.

**Área Administrativa.-** El área administrativa será el lugar donde se encuentre el personal que de una u otra manera dirigirán este proyecto. Esta área será destinada para Oficinas, Bodega,

**Parqueadero.-** Espacio donde se destinara para el parque de vehículos, en donde se contara con un guardia de seguridad.

**Área Verdes.-** Que estará distribuida por todo el parque, que a más de brindar un embellecimiento agradable del entorno del parque, se constituirá en contribución del cuidado ecológico y del medio ambiente.

## DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

En el siguiente grafico, se indica como quedara distribuida la planta con todos sus servicios.

IMAGEN N° 4

### DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



- 1- Salón Social
- 2- Área con cubierta para juegos inflables
- 3- Área abierta juegos infantiles
- 4- Cancha de Vóley con cubierta
- 5- Cancha sintética de futbol
- 6- Administración
- 7- Piscina con tobogán
- 8- Senderos
- 9- Parqueaderos
- 10- Bar - Restaurant

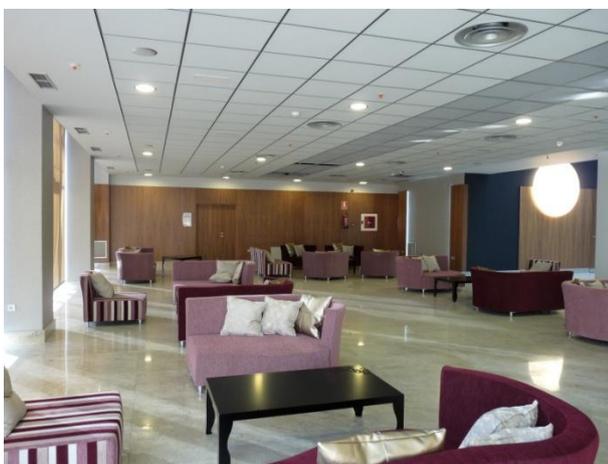
## Infraestructura Física

Nuestro parque de recreación contara con la siguiente infraestructura necesaria para el buen ambiente recreacional.

**Salón Social (1).** Este espacio físico estará destinado para la realización de eventos, la construcción será en un área de 250m<sup>2</sup> y con una capacidad para 170 personas, contara con todas las comodidades para la ejecución de eventos sociales, y estará dotado de un buen sistema de audio y video

### IMAGEN N° 5

Salón Social



**Área Con Cubierta para Juegos Infantiles (2).** Área destinada para los juegos Inflables, su construcción será en un área 150m<sup>2</sup> , y contara con una

capacidad para 30 personas, brindara todas las seguridades indispensables para la ejecución de estos juegos infantiles.

Esta es una área primordial dentro del parque estará diseñada para los juegos inflables, que se encontraran bajo cubierta; donde nuestros visitantes podrán divertirse con la mayor seguridad posible. Dispondremos de los siguientes juegos:

### **IMAGEN N° 6**

Tobogán.



### **IMAGEN N° 7**

Carrera de Obstáculos.



**IMAGEN N° 8**

Cancha de Futbol.

**IMAGEN N° 9**

Carrera de Obstáculos

**IMAGEN N° 10**

Rodadera



**IMAGEN N° 11**

**Castillo Conejo**



**IMAGEN N° 12**

**Casita**



**IMAGEN N° 13**

**Gladiador**



**IMAGEN N° 14**

Pirámide



**Área Abierta Juegos Infantiles (3).** Esta parte del parque estará orientada para los juegos tradicionales en una zona abierta. Este sector estará en un área de 110m<sup>2</sup>, y nos dará capacidad para 25 personas las cuales se podrán recrearse en un área libre y verde con juegos tradicionales.

Es por ello que diseñamos una zona especialmente dedicada a los niños de todas las edades, donde existirán Columpios, resbaladeras, juegos interactivos para niños, etc.

**IMAGEN N° 15**

Juegos Tradicionales



**Cancha de Volley con Cubierta (4).** Esta zona del parque se dedicara para el deporte, en este caso el Volley. Esta área contara con 95.5m<sup>2</sup> de graderíos que nos da una capacidad para 64 personas, y 156,5m<sup>2</sup> destinado para la cancha en sí. La cancha será realizada sobre tierra, apropiada para este deporte y contara con cubierta e iluminación.

### IMAGEN N° 16

Cancha de Volley



**Cancha Sintética de Futbol (5).** Lugar dedicado para la práctica de Futbol de sala, con cubierta, El área de construcción será de 438m<sup>2</sup>, donde los 50.58m<sup>2</sup> serán dedicados para el graderío con capacidad de 34 personas y los 387.42m<sup>2</sup> serán utilizados para la edificación de la cancha.

## IMAGEN N° 17

Cancha Sintética de futbol



La superficie a la cual se hace referencia es el césped sintético, el mismo que ya es conocido desde hace mucho tiempo atrás, y que precisamente desde sus inicios fue desarrollado para superar las limitaciones que se presentan con el uso del césped natural. A continuación se detallan las ventajas que se presentan con el uso de este tipo de superficie.

### Ventajas del césped sintético

- Resistencia a difíciles condiciones climáticas.
- Ideal para todo tipo de infraestructuras (cubiertas o descubiertas).
- Bajos costos de mantenimiento.
- Prolongadas horas de uso.
- Multiusos (práctica y entrenamiento de diferentes deportes, eventos de concurrencia masiva).
- Alta durabilidad.

- Superficie sin irregularidades.
- Mayor velocidad de juego.

Se reducen casi al mínimo las lesiones

**Administración (6).** Esta edificación se encuentra ya construida, su área de terreno es de 78m<sup>2</sup> y su área de construcción es de 160m<sup>2</sup>. Esta construcción será destinada para la parte administrativa del proyecto, donde se encontraran las personas de la administración del parque:

**Piscina Con Tobogán. (7)** Esta piscina contara con un tobogán y con varias distracciones más. Esta piscina será construida dentro de un área de 448 m<sup>2</sup> y tendrá una capacidad de 90 personas. Dispondrá de un área para niños y otra para adultos.

Las piscinas proporcionan la máxima diversión y entretenimiento en un parque, por lo cual, nuestro proyecto contará con 1 piscina para niños, y 1 piscina para jóvenes y adultos, combinadas con un tobogán. Los más pequeños podrán disfrutar de juegos especialmente diseñados para ellos tobogán y otros elementos, garantizando su diversión y seguridad.

Los adolescentes podrán agotar sus energías y pasar una jornada inolvidable disfrutando de experiencias extremas en este establecimiento en

el tobogán. También estará una zona destinada para que los adultos puedan descansar, relajarse y disfrutar del maravilloso entorno.

El tipo de tobogán más utilizado por su seguridad, rigidez, fácil deslizamiento, y superficie continua y altamente pulida, proporcionando seguridad al usuario. El diseño de estos toboganes genera diversión en cada curva, proporciona rápidas aceleraciones y caídas vertiginosas. Cualquier persona disfrutará de su recorrido de amplias y cerradas curvas.

### **IMAGEN N° 18**

Piscina



### **IMAGEN N° 19**

Tobogán



**Senderos (8).** Como todo parque recreacional, se prevé contar con un área de senderos que recorrerán todo el parque de recreación permitiendo que la gente pueda realizar caminatas internas. Se contara con 600 m<sup>2</sup> aproximadamente donde puedan estar alrededor de 120 personas caminando.

#### IMAGEN N° 20

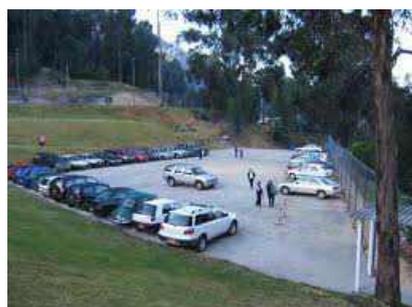
#### SENDEROS



**Parqueaderos (9).** Para este servicio, se contara con un área de 578m<sup>2</sup> teniendo acceso para un parqueo de 66 carros aproximadamente.

#### IMAGEN N° 21

#### PARQUEADERO



**Bar Restaurant (10).** Local destinado para el consumo de todo tipo de comidas y bebidas, también será un lugar de descanso donde exista una área para hacer uso de internet gratis. Esta zona tendrá un área de construcción de 270m<sup>2</sup> dando una capacidad de 170 personas.

Contará con un área equipada con todos los servicios, para la comodidad de los clientes como acceso a internet, tv.

### **IMAGEN N° 22**

Bar- Restaurant



**Elaborado por:** Autor

Nuestros posibles clientes podrán disfrutar de una excelente variedad de platos típicos y demás degustaciones como:

**IMAGEN N° 23**  
REPE



**IMAGEN N° 24**  
CESINA



**IMAGEN N° 25**  
CUY



**IMAGEN N° 26**  
CHANFAINA



**IMAGEN N° 27**  
MIL- QUESILLO



**IMAGEN N° 28**  
QUESADILLA



**IMAGEN N° 29**  
HUMITAS



**IMAGEN N° 30**  
TAMAL



### **Componente Tecnológico.**

Parte fundamental para brindar un buen servicio y que este acorde con los niveles esperados de la demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura.

El parque recreacional por tener varias aéreas de recreación y ser una empresa de servicio, el componente tecnológico será variado y acorde al área que se desarrolle. La tecnología debe responder a ciertas condiciones propias de mercado, pues la misma no deberá ser ni muy alta (tecnología de punta) ni elemental para el proceso, ya que; se debe evitar por un lado el desperdicio de capacidad instalada y por otro debe considerarse la posible expansión de la unidad productiva.

Para el área del salón social, se contara con un sofisticado sistema de audio y video lo que permitirá cubrir cualquier tipo de demanda.

Área de juegos infantiles, contara con los juegos inflables más novedosos, y tecnológicamente más seguros.

### **Requerimiento Técnicos**

**Materiales y Suministros.-** En el proceso de ofrecer el servicio de parque recreacional, intervienen suministros y materiales que son recursos directos e indirectos de producción o servicio, en este proyecto se encuentran materia prima, materiales indirectos para la producción o servicio como la energía eléctrica, agua, teléfono, entre otros.

**Mano de Obra.-** Los recursos humanos acorde para poder ofrecer los servicios son: 16 personas que se encargan de la atención al público y limpieza del mismo, Mano de obra indirecta se requiere un gerente, una secretaria contadora, administrador, jefe de servicios generales, guardia

### **REQUERIMIENTO DE INSUMOS, MATERIALES, SERVICIOS.**

Los requerimientos de insumos, materiales y servicios para el proyecto van a ser los siguientes:

CUADRO N° 37

## INSUMOS, MATERIALES, SERVICIOS

	MUEBLES Y ENCERES	CANTIDAD
<b>Administración</b>	Escritorio	2
	Sillón	1
	Sillas	4
	Modular	2
	Computadora	2
	Teléfonos	2
<b>Boletería</b>	Silla	1
	Computadora	1
	Teléfono	1
	Modular	1
<b>Restaurant</b>	Cocina Industrial	2
	Congelador	1
	Refrigerador	2
	Mesas	30
	Sillas	150
	Computadora	1
	Equipo de Amplificación	1
Plasma	1	

**Fuente:** Maciza, Master Pc, Ochoa Hnos, Todo Hogar

**Elaborado por:** El Autor

CUADRO N° 37

## SUMINISTROS

SUMINISTROS, SERVICIO, OTROS GASTOS	UNIDAD
Consumo de Luz	Mensual
Consumo de Agua	Mensual
Consumo de Teléfono	Mensual
Consumo de Internet	Mensual
Combustible	Mensual
Útiles de Oficina	Mensual
Útiles de limpieza	Mensual

**Fuente:** Investigación, Gastos Básicos

**Elaborado por:** El Autor

### Requerimiento de mano de obra.

Los requerimientos de mano de obra directa e indirecta son los siguientes:

#### CUADRO N° 38

##### MANO DE OBRA DIRECTA

MANO DE OBRA DIRECTA	CANTIDAD
Mesero	2
Chef	1
Aux. del Chef	3
Trabajadores	10
<b>Mano de Obra Indirecta</b>	
Gerente	1
Contadora	1
Administrador	1
Jefe de Servicios	1
Guardia	1

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** El Autor

### Aspectos ambientales.

La principal fuente de energía que se va a utilizar en el parque recreacional va a ser el gas industrial y la energía eléctrica. El ruido que se va a producir en el área del parque es bajo. Las aguas servidas estarán contaminadas básicamente con detergentes, y desechos de los servicios higiénicos y también orgánicos de la cocina. Las aguas servidas irán al alcantarillado. Los desechos sólidos que se producirán en la hostería serán eliminados en el vehículo recolector hacia los basureros de la ciudad.

**Identificación y descripción del impacto ambiental potencial.**

El impacto del parque recreacional hacia el medio ambiente se puede clasificar como neutro, ya que los desechos producidos no son tóxicos y las formas de eliminarlos son las adecuadas para los mismos. Las principales fuentes de energía que utilizará este proyecto son electricidad y gas comercial. La contaminación sonora será de bajo impacto ambiental. Las aguas de desechos contendrán en su mayoría sustancias orgánicas, detergentes y grasas de cocina. Las aguas servidas se canalizarán a un alcantarillado.

**ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

Se refiere a los aspectos organizativos y legales necesarios que permitirán la implementación y funcionamiento de la empresa en forma eficaz para alcanzar sus metas. Específicamente, se determina el recurso humano y material, así como los procesos y mecanismos de funcionamiento administrativo y organizativo de la empresa.

### **Principios Organizativos.**

La empresa considera como los principios de la organización, para el presente proyecto los siguientes:

1. Establecer las subdivisiones logísticas en línea de trabajo. Generalmente se grafican en los organigramas estructurales y funcionales.
2. Especificación de cada tarea en todos los niveles, lo cual facilita asumir responsabilidades.
3. Delegación apropiada y adecuada de la autoridad y responsabilidad de cada miembro.

### **BASE LEGAL**

Desde el punto de vista legal las personas naturales pueden constituirse en personas jurídicas para que en forma conjunta se responsabilicen de algo.

La presente empresa se constituirá como empresa individual de servicio privada, y de economía externa estableciendo como razón social PARQUE RECREACIONAL "LOXA PARK". Para tal efecto el propietario será el único que aporté al capital de la empresa.

Esta empresa o el representante de la misma deberán reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley:

1. Ser mayor de edad.
2. Estar legalmente facultado para ejercer esta actividad.
3. No tener ningún impedimento legal.
4. Tener un Registro Único de Contribuyente

### **Razón Social**

El nombre de la micro empresa será **PARQUE RECREACIONAL “LOXA PARK”**. La misma que se encargara de brindar el servicio de parque recreacional cumpliendo con todas las disposiciones de la ley y del ministerio competente

### **Objetivo Social**

La empresa como tal, tendrá su objeto social en la prestación del servicio de recreación familiar mediante la instalación de un parque privado con diferentes servicios y ambientes recreacionales

### **Domicilio**

El domicilio de la empresa estará ubicado en Jipíro Mirador, Parroquia El Valle, ciudad de Loja, Provincia de Loja, República del Ecuador.

### **Misión**

Nuestra misión es aportar diversión a toda la familia, y sobre todo los niños, generando confianza y garantizando la tranquilidad a los padres y representantes

### **Visión**

Es convertirnos en actor clave en el segmento de Parques de Diversión ubicados dentro de la ciudad, con Recursos Humanos especializados y tecnología, forjando la lealtad de nuestros clientes

### **Capital Social**

La empresa empezara sus operaciones con una inversión de \$210.000 dólares.

### **Tiempo de Duración**

Tendrá una duración de 10 años que se contabilizaran a partir de su fecha de funcionamiento.

### **Estructura Organizativa**

Nuestra empresa contara con la siguiente estructura organizativa.

#### **a) NIVEL DIRECTIVO**

Estará conformado por el gerente, el mismo que será el dueño del parque.

**c) NIVEL ASESOR**

Estará conformado por el asesor que en el caso de esta microempresa tendrá la calidad de ocasional, este cargo lo ocupara un abogado en libre ejercicio de profesión.

**d) NIVEL AUXILIAR O DE APOYO**

Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

**e) NIVEL OPERATIVO**

El nivel operativo es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de una empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por el órgano directivo.

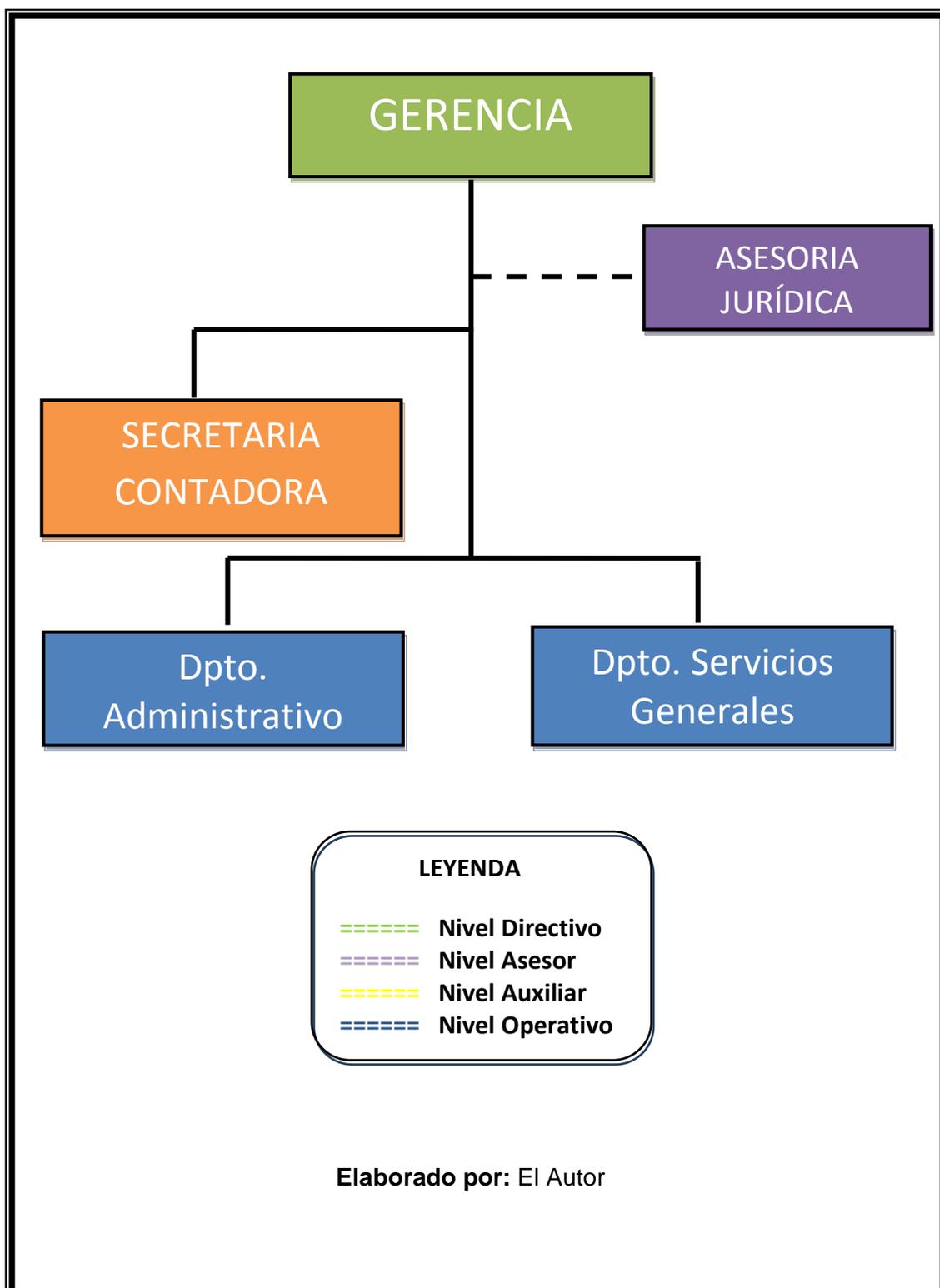
**Organigrama**

“Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad”.

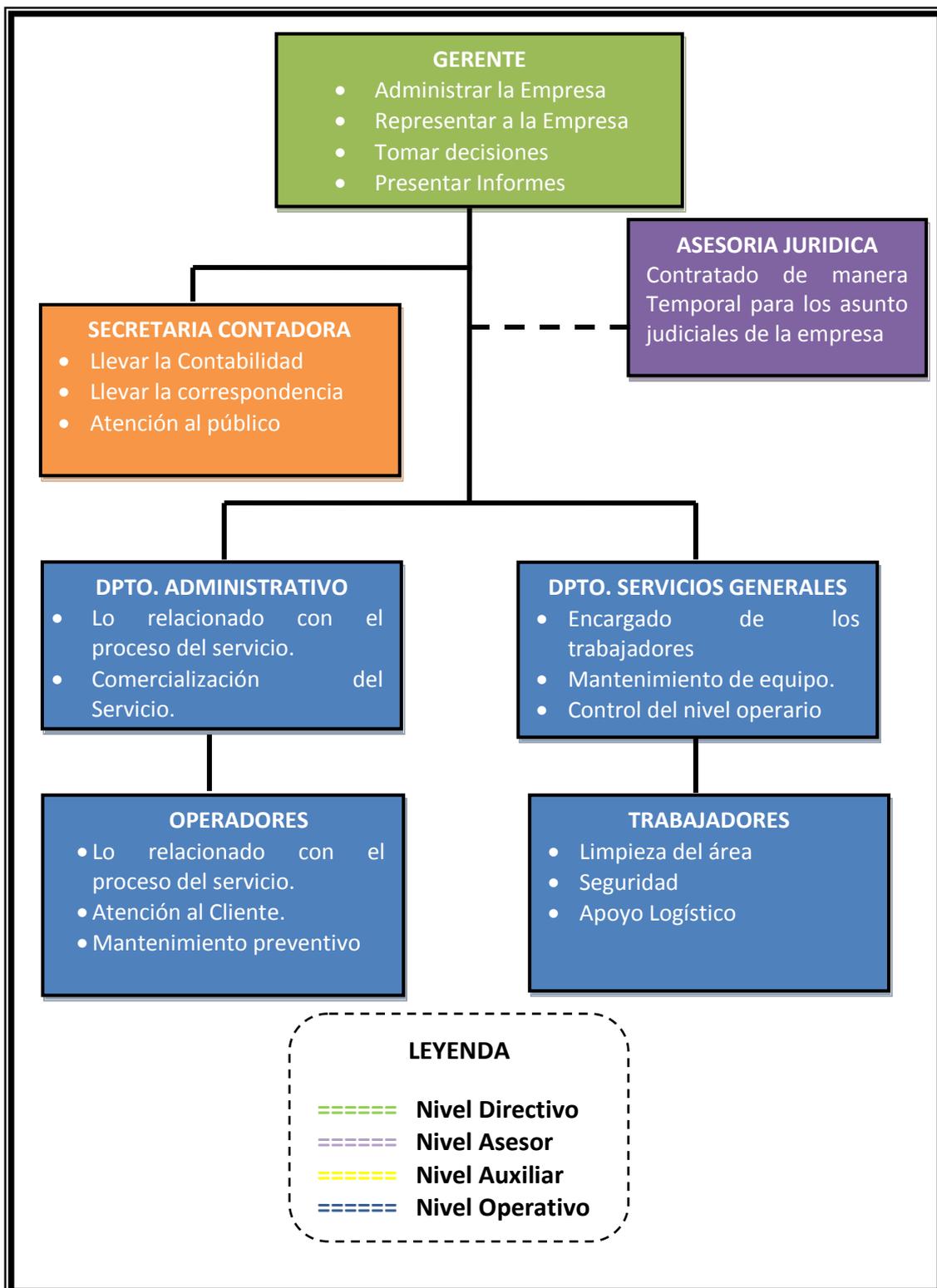
**ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA**

Se refiere a la estructura organizativa interna, integrada por los organigramas estructurales, y funcionales los mismos que a continuación se presentan

**GRAFICA N° 27**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL PARQUE RECREACIONAL**  
**LOXA PARK**



**GRAFICA N° 28**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL PARQUE RECREACIONAL**  
**“LOXA PARK”**



Tanto los organigramas: Estructurales como el funcional, no son estables, estos pueden variar de acuerdo a las necesidades que se presenten al momento de la implementación del parque.

### **Manual de Funciones**

Se conoce como manual de funciones, al conjunto de todos los perfiles de los puestos existentes en la empresa, detallando por escrito la organización formal a través de la descripción de los objetivos, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen su estructura. Además, debe contener una información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (ubicación Interna)
- Dependencia Jerárquica (relación de Autoridad)
- Naturaleza de Trabajo
- Tareas principales, tareas secundarias.
- Responsabilidades
- Requerimientos para el puesto.

Esta información le permitirá al futuro empleado cumplir en una forma adecuada su trabajo. A continuación se presenta la descripción y especificación de los puestos creados para el funcionamiento adecuado de la empresa.

## MANUAL DE FUNCIONES

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Gerente (AREA: administrativa)
<b>CODIGO</b>	01
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Junta de Socios
<b>NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO</b>	1
<b>OBJETIVO:</b>	
Representar a la empresa en los asuntos legales, además de planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que se realicen en la empresa	
<b>FUNCIONES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Representa legal, judicial y extrajudicial de la empresa.</li> <li>2. Diseñar, implementar y mantener los procedimientos de prestación de servicios.</li> <li>3. Nombrar y contratar trabajadores.</li> <li>4. Soluciona problemas y quejas de los clientes.</li> <li>5. Presentar al directorio programas de producción, pronósticos de ventas y más documentos de trabajo para su aprobación.</li> <li>6. Supervisa, coordina y controla las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.</li> </ol>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Actúa con independencia profesional usando su criterio para la solución de problemas inherentes al cargo.</li> <li>2. Requiere alto esfuerzo mental al verse sometido a las presiones que como gerente posee.</li> <li>3. Responde por el trabajo de todos los empleados de la empresa.</li> <li>4. Responde por los equipos a su cargo hasta por un valor de \$10000.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Requisitos intelectuales:</b>	
<b>Escolaridad:</b> ingeniería en administración de empresas Ingeniero industrial Administración de recursos humanos	
<b>Experiencia:</b> 4 años	
Actitudes: honesto, responsable, respetuoso, tolerante, criterio, autonomía, puntualidad.	
<b>Responsabilidades adquiridas:</b> supervisión y control de personal para garantizar el buen funcionamiento de la empresa.	
<b>Ambiente:</b> oficina	
<b>Riesgo:</b> mínimo	

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Asesor Jurídico
<b>CODIGO</b>	02
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO</b>	1
<b>OBJETIVO:</b> Comunicar, aconsejar y asesorar sobre asuntos legales de la empresa	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesora e informar sobre proyectos en materia jurídica</li> <li>• Representar Conjuntamente con el gerente, judicial y extra judicial a la empresa</li> <li>• Ejercer la defensa judicial en todo proceso que requiera la empresa.</li> <li>• Sugerir al gerente sobre cualquier asunto de forma legal</li> <li>• Participar en proceso contractuales</li> <li>• Mantener una autoridad funcional y tener una participación eventual en la empresa</li> <li>• Cuidar que la ejecución de las tareas se desarrolle en un marco disciplinario, garantizando que se ajuste a las normas legales vigentes.</li> </ul>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos legales para aplicarlos en la empresa.</li> <li>2. Resuelve problemas legales de la empresa.</li> <li>3. Atiende funciones concernientes a la función legal</li> <li>4. Requiere establecer buenas relaciones personales con todo el personal de la planta</li> <li>5. Resuelve problemas de su trabajo.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS</b>	
<p><b>Requisitos intelectuales:</b>  <b>Escolaridad:</b> Titulo profesional en Derecho, preferiblemente especialización en derecho administrativo.  <b>Experiencia:</b> 4 años            Actitudes: Trabajo en Equipo, confiabilidad, iniciativa, comunicación Laboral, compromiso</p> <p><b>Responsabilidades adquiridas:</b> supervisión y control de personal para garantizar el buen funcionamiento de la empresa.  <b>Ambiente:</b> oficina  <b>Riesgo:</b> mínimo</p>	

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMRE DEL CARGO</b>	Secretaria - Contadora
<b>CODIGO</b>	03
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO</b>	1
<b>OBJETIVO:</b>	
Implementar o mantener de manera ordenada y actualizada el sistema contable de la empresa, además de llevar la contabilidad básica en la misma	
<b>FUNCIONES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Llevar y controlar la contabilidad general de la empresa.</li> <li>2. Mantener un correcto manejo de los programas contables.</li> <li>3. Elaborar roles de pago y tramitar la documentación que corresponde al IESS.</li> <li>4. Elaborar los estados financieros correspondientes.</li> <li>5. Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero al gerente de la empresa.</li> <li>6. Atender llamadas telefónicas, y al público en general.</li> <li>7. Redactar y digitar todo tipo de correspondencia.</li> <li>8. Elaboración de oficios y demás documentos que se requieren.</li> <li>9. Ocuparse de los archivos.</li> <li>10. Atender la correspondencia.</li> <li>11. Y las demás funciones que disponga su jefe inmediato superior, dentro de su campo de acción.</li> </ol>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables para aplicarlos en la empresa.</li> <li>2. Resuelve problemas de su trabajo y debe tener iniciativa para los asuntos contables.</li> <li>3. Requiere de mediano esfuerzo mental y concentración al aplicar los registros contables.</li> <li>4. Atiende funciones concernientes a secretaría.</li> <li>5. Responde por equipos a su cargo hasta por \$ 1000.</li> <li>6. Requiere establecer buenas relaciones personales con los trabajadores y con los clientes en general.</li> <li>7. Resuelve problemas de su trabajo.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS</b>	
<p><b>Requisitos intelectuales:</b></p> <p><b>Escolaridad:</b> profesional en el área de contaduría publica</p> <p><b>Experiencia:</b> 1 año</p> <p><b>Actitudes:</b> honesto, responsable, respetuoso, tolerante, criterio, autonomía, puntualidad, orden, discreción, compromiso, eficaz, agilidad mental y destreza para los números</p> <p>Responsabilidades adquiridas: mantener e informar de los estados financieros de la empresa.</p> <p>Ambiente: oficina</p> <p><b>Riesgo:</b> mínimo</p>	

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Asistente Administrativo
<b>CODIGO</b>	04
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO</b>	1
<b>OBJETIVO:</b> Ejecutar los procesos administrativos, aplicando normas y procedimientos definidos, elaborando documentación necesaria, revisando y realizando cálculos, a fin de dar cumplimiento a cada uno de esos procesos, lograr resultados oportunos.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Participar en el desarrollo de los programas y actividades de la unidad.</li> <li>2. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones gerenciales.</li> <li>3. Supervisar al resto de empleados.</li> <li>4. Participar en el estudio y análisis de nuevos procedimientos y métodos de trabajo.</li> <li>5. Suministrar materiales y equipos de trabajo al personal de la dependencia</li> <li>6. Brindar apoyo logístico en actividades especiales</li> <li>7. Mantener informado al gerente sobre las actividades irregulares</li> <li>8. Cumple con las normas y procedimiento en materia de seguridad</li> </ol>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Requiere de responsabilidad e iniciativa para las labores a su cargo.</li> <li>2. Requiere de mediano esfuerzo físico.</li> <li>3. Trabajo sujeto a presión.</li> <li>4. Responde por los artículos a su cargo hasta por \$ 500</li> </ol>	
<b>REQUISITOS</b>	
<p><b>Escolaridad:</b> Instrucción superior, cualquier carreras, con conocimientos en atención al cliente</p> <p><b>Experiencia:</b> 2 años</p> <p><b>Actitudes:</b> honesto, responsable, respetuoso, tolerante, criterio, autonomía, puntualidad, orden, discreción, compromiso, eficaz, agilidad mental y destreza para los números</p> <p><b>Responsabilidades adquiridas:</b> Controlara e informar de todos los procesos que se lleven a cabo dentro de la empresa</p> <p><b>Ambiente:</b> oficina - Campus</p> <p><b>Riesgo:</b> mínimo</p>	

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Jefe de Servicios Generales
<b>CODIGO</b>	05
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Administrador
<b>NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO</b>	1
<b>OBJETIVO:</b> Coordinar las actividades de mantenimiento y reparación de bienes muebles e inmuebles, proveeduría de materiales y equipos.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordina y supervisa las actividades del personal a su cargo.</li> <li>• Instruye al personal en el trabajo a realizar.</li> <li>• Diseña, elabora y aplica sistemas de control de asistencia del personal a su cargo.</li> <li>• Solicita cotizaciones para compras de materiales específicos.</li> <li>• Realiza pedidos de material de limpieza, equipos de oficina y bienes de consumos que se requieran.</li> <li>• Distribuye para cada unidad el material de limpieza, equipos de trabajo y demás bienes de consumo que las mismas requieren.</li> <li>• Supervisa el mantenimiento de equipos y mobiliario de la dependencia.</li> <li>• Supervisa los diversos trabajos y obras de los contratistas.</li> <li>• Reporta a su superior inmediato sobre la ejecución de los trabajos realizados por la unidad.</li> </ul>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maneja constantemente equipos y materiales de fácil uso, siendo su responsabilidad directa y maneja periódicamente equipos y materiales medianamente complejos, siendo su responsabilidad indirecta</li> <li>• Las decisiones que se toman se basan en políticas específicas, en procedimientos definidos para lograr objetivos específicos, mejorar métodos o establecer técnicas y estándares, a nivel de departamento</li> <li>• El cargo recibe supervisión general de manera directa y constante y ejerce una supervisión específica de manera directa y constante</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<p><b>Escolaridad:</b> Licenciado en Administración</p> <p><b>Experiencias:</b> 2 años</p> <p><b>Actitudes:</b> Supervisar personal, impartir ordenes</p> <p><b>Responsabilidades:</b> coordinación de todas las áreas de limpieza y aseo condiciones de trabajo</p> <p><b>Ambiente:</b> todos las áreas de trabajo de oficina y de producción</p> <p><b>Riesgo:</b> mínimo</p>	

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Servicios Generales
<b>CODIGO</b>	06
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Jefe de Servicios Generales
<b>NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO</b>	1
<b>OBJETIVO:</b> Realizar las labores de aseo, limpieza , para brindar comodidad a los Clientes en los sitios de trabajo del área a la cual está prestando los servicios ,	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asear las oficinas y áreas asignadas, antes del ingreso de los clientes y vigilar que se mantengan aseadas.</li> <li>• Mantener los baños y lavamanos en perfectas condiciones de aseo y limpieza y con la dotación necesaria.</li> <li>• Responder por los elementos a su cargo e informar sobre cualquier anomalía o deterioro que ellos presenten y</li> <li>• Mantener limpios los muebles, enseres, ventanas, cortinas y todo elemento accesorio del área del parque.</li> <li>• Realizar tareas que le sean asignadas por su jefe inmediato y así garantizar un trabajo de calidad</li> </ul>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maneja constantemente equipos y materiales de fácil uso, siendo su responsabilidad directa y maneja periódicamente equipos y materiales medianamente complejos, siendo su responsabilidad indirecta</li> <li>• Las decisiones que se toman se basan en políticas específicas, en procedimientos definidos para lograr objetivos específicos, mejorar métodos o establecer técnicas y estándares, a nivel de departamento</li> <li>• El cargo recibe supervisión general de manera directa y constante y ejerce una supervisión específica de manera directa y constante</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<p><b>Escolaridad:</b> Bachiller  <b>Experiencias:</b> 6 meses  <b>Actitudes:</b> Buenas relaciones interpersonales  <b>Responsabilidades:</b> Aseo integral del parque  <b>Ambiente:</b> Todas las áreas del parque recreacional  <b>Riesgo:</b> Mediano</p>	

## **ESTUDIO FINANCIERO**

### **INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO**

Una vez conocido los diversos requerimientos para el proyecto, se procede a estimar el monto total de la inversión en sus diferentes rubros; considerando las cotizaciones más convenientes, así como las mejores alternativas de financiamiento.

### **INVERSIONES**

Es la sistematización de la información a fin de cuantificar los activos que requiere el proyecto para la transformación de insumos y la determinación del monto de capital de operación requerido para el funcionamiento del proyecto después de su implementación.

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- Activos Fijos
- Activos Intangibles o Diferidos y,
- Capital de Trabajo

- **ACTIVOS FIJOS.**

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico. Los activos fijos necesarios para el proyecto son los siguientes:

### TERRENO

El terreno a utilizar en el proyecto tiene un área de 6000m<sup>2</sup>. En el siguiente cuadro se detalla su costo actual.

**CUADRO N° 39**

### TERRENO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD m <sup>2</sup>	VALOR UNITARIO	TOTAL
Sector Jipíro alto	\$ 6.000,00	\$ 30,00	\$ 180.000,00
<b>Total</b>			<b>\$ 180.000,00</b>

**Fuente:** Departamento de Avalúos del Municipio de Loja

**Elaborado por:** El Autor

## CONSTRUCCIONES

Las construcciones y adecuaciones comprenden: construcción e instalaciones para el área administrativa, y para el parque en si. En la construcción de edificaciones se utilizara estructuras madera y hormigón, para determinar los costos por construcción e instalaciones se utilizo los precios referenciales que tiene la empresa A&F Construcciones de la ciudad de Loja, lo cual suman \$ 154,914,00

En el siguiente cuadro se detalla el costo posible de la construcción:

**CUADRO N° 40**  
**CONTRUCCIONES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD m <sup>2</sup>	V. UNITARIO	V. TOTAL
Casa de 2 plantas de 120 m de construcción	\$ 78	\$ 384,61	\$ 30.000,00
Galpón para Juegos Infantiles Inflables	\$ 150	\$ 100	\$ 15.000,00
Cancha Sintética Fútbol	\$ 438	\$ 84,29	\$ 36.920,00
Cancha Sintética Voleibol	\$ 252	\$ 39,68	\$ 10.000,00
Salón Social	\$ 250	\$ 79,97	\$ 19.994,00
Piscina	\$ 448	\$ 44,64	\$ 20.000,00
Juegos Infantiles área libre	\$ 110	\$ 72,72	\$ 8.000,00
Bar restaurant	\$ 270	\$ 55,55	\$ 15.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 154.914,00</b>

**Fuente:** ABF Construcciones

**Elaborado por:** El Autor

## MAQUINARIAY EQUIPIOS

El rubro en maquinarias y equipos que necesitará la empresa para efectuar sus actividades. El precio de los equipos se obtuvo mediante proformas obtenidas a empresas que se dedican a la venta de este tipo de maquinaria, lo requerido para la puesta en marcha del proyecto se escribe en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 41**  
**INVERSION EN MAQUINARIAS Y DE LA PLANTA**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Aspiradora	\$ 200,00	\$ 400,00
1	Equipo de piscina	\$ 650,00	\$ 650,00
6	Motores de aire	\$ 200,00	\$1200,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.250,00</b>

**Fuente:** Todo Hogar, Inmera.

**Elaborado por:** El Autor

## MOVILIARIO DE PLANTA

Constituye el costo al que se deberá incurrir para adquirir los bienes que serán utilizados por el servicio del parque, los mismos que se detallan a continuación.

**CUADRO N° 42****INVERSION DE MUEBLES Y ENSERES DE PLANTA**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
15	Mesas de madera	\$ 35	\$ 525,00
3	Mesas tipo mesones	\$125	\$ 375,00
40	Sillas de plástico	\$13	\$ 520,00
3	Standes venta de entradas	\$100	\$ 300,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.720,00</b>

**Fuente:** Placa Centro Masisa

**Elaborado por:** El Autor

**MOVILIARIO DE ADMINISTRACIÓN**

El requerimiento de mobiliario necesario para administración es el siguiente:

**CUADRO N° 43****MOVILIARIO DE LA ADMINISTRACIÓN**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Escritorio tipo Gerente	\$300	\$ 300,00
1	Archivadores de 4 gavetas	\$100	\$100,00
1	Escritorio tipo secretaria	\$120	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 520,00</b>

**Fuente:** Placa Centro Masisa

**Elaborado por:** El Autor

## VEHÍCULO

Es indispensable que la empresa adquiera un vehículo para hacer posible las actividades de la empresa. Se comprará una camioneta cabina sencilla marca Chevrolet.

### CUADRO N° 44

#### VEHICULO

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Camioneta CHEVROLET	\$ 16.500,00	\$ 16.500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 16.500,00</b>

**Fuente:** Mirasol SA

**Elaborado por:** El Autor

## EQUIPOS DE OFICINA

Comprende los componentes necesarios para el funcionamiento de la empresa que serán utilizados por el personal administrativo. La empresa al momento de iniciar sus actividades comenzará con los siguientes equipos de oficina:

**CUADRO Nº 45**  
**EQUIPOS DE OFICINA**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Sumadora	\$ 30,00	\$ 30,00
1	Teléfono	\$ 45,00	\$ 45,00
1	Calculadora	\$ 16,00	\$ 16,00
1	Perforadora	\$ 3,80	\$ 3,80
1	Grapadora	\$ 4,20	\$ 4,20
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 99,00</b>

**Fuente:** Máster Pc, Reforma  
**Elaborado por:** El Autor

**EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

Comprende los componentes tecnológicos necesarios para el funcionamiento de la empresa y que deberán estar acorde con el avance de la tecnología, para que sean utilizados por el personal administrativo. La empresa al momento de iniciar sus actividades comenzará con los siguientes equipos informáticos

**CUADRO Nº 46**  
**INVERSION EN EQUIPOS DE CÓMPUTO**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Computadora	\$ 614,00	\$ 1.228,00
1	Impresora Hp	\$ 88,00	\$ 80,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.308,00</b>

**Fuente:** Máster Pc  
**Elaborado por:** El Autor

## VALOR TOTAL DE ACTIVOS FIJOS

El rubro total en activos fijos que la empresa necesita para su normal funcionamiento es de \$ 357.311,00 dólares americanos.

### CUADRO N° 47

#### VALOR DE ACTIVOS FIJOS

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	\$ 180.000,00
Construcciones	\$ 154.914,00
Maquinaria y equipo	\$ 2.250,00
Muebles y enseres	\$ 2.240,00
Vehículo	\$ 16.500,00
Equipo de Computación	\$ 1.308,00
Equipo de oficina	\$ 99,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 357.311,00</b>

Fuente: Cuadros 39, 40, 41 42, 43, 45, 46

Elaborado por: El Autor

## DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Se refiere a la pérdida de valor de los activos fijos producto de su utilización en las diferentes actividades: administrativas y operativas. Para lo cual se debe considerar el porcentaje de depreciación y la vida útil.

Para el cálculo de las depreciaciones se utiliza el método de la línea recta en función de los años de vida útil de los activos fijos, tomando en referencia lo establecido por la Contraloría General del Estado para el efecto.

**CUADRO N° 48**  
**DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS**

DETALLE	% DEPREC	VIDA ÚTIL (años)	VALOR	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION
Maquinaria y Equipo	10	10	\$ 2.250,00	\$ 225,00	\$ 202,50
Muebles y enseres	10	10	\$ 2.240,00	\$ 224,00	\$ 201,60
Vehículo	20	5	\$ 16.500,00	\$ 3.300,00	\$ 2.640,00
Equipo de oficina	10	10	\$ 99,00	\$ 9,90	\$ 8,91
Construcciones	5	10	\$154.914,00	\$ 7.745,70	\$ 14.716,83
Equipo de Computación	33	3	\$ 1.308,00	\$ 431,64	\$ 292,12
			<b>Total</b>	<b>\$ 11.936,24</b>	<b>\$ 18.061,96</b>

Fuente: Tablita 2012

Elaborado por: El Autor

### INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

“Son todos aquellos que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto<sup>25</sup>.”

<sup>25</sup> SAPAG CHAIN, Reinaldo. y Nassier. PREPARACION Y EVALUACION DE PROUECTOS .Cuarta edición Pág. 126

En este rubro se agrupan los valores correspondientes a los costos ocasionados para la formulación e implementación del proyecto previo a su operación, con un total de activos diferidos de \$ 3.300,00.

### CUADRO N° 49

#### ACTIVOS DIFERIDOS

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Elaboración del proyecto	\$ 1.200,00
Registro sanitario	\$ 300,00
Permiso de funcionamiento	\$ 300,00
Gastos organizativos	\$ 1.000,00
Imprevistos	\$ 500,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.300,00</b>

Fuente: Municipio,  
Elaborado por: El Autor

#### INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Está compuesto por el capital que se requiere para empezar las diversas operaciones en la nueva unidad productiva, para ello se calcula los gastos a efectuarse para el primer mes de actividad productiva.

#### MANO DE OBRA DIRECTA

Es el personal que se encarga de realizar las actividades operativas en la empresa, el rubro de mano de obra directa es:

**CUADRO N° 50  
PAGO MANO DE OBRA DIRECTA**

<b>RUBRO</b>	<b>OPER 1</b>	<b>OPER 2</b>	<b>OPER 3</b>	<b>OPER 4</b>	<b>OPER 5</b>	<b>OPER 6</b>	<b>OPER 7</b>	<b>OPER 8</b>	<b>OPER 9</b>	<b>OPER 10</b>	<b>OPER 11</b>	<b>OPER 12</b>	<b>OPER 13</b>	<b>OPER 14</b>	<b>OPER 15</b>	<b>OPER 16</b>
Sueldo Básico	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00
Aporte Patronal (11.15%)	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46
Aporte IECE (0,5%) - SECAP (0,5%)	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18
Décimo tercero	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50
Décimo Cuarto	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50
Vacaciones	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25
<b>Total</b>	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89
<b>Total Nomina Mensual</b>																<b>\$ 6.766,19</b>
<b>Total Nomina Anual</b>																<b>\$ 81.194,30</b>

Fuente: IESS

Elaborado por: El Autor

## CUADRO N°. 51

### PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR PROYECTADO	FONDOS DE RESERVA	VALOR TOTAL
0			\$ 81.194,30
1	\$ 85.278,38		\$ 85.278,38
2	\$ 89.567,88	\$ 317,87	\$ 89.885,75
3	\$ 94.073,14	\$ 317,87	\$ 94.391,02
4	\$ 98.805,02	\$ 317,87	\$ 99.122,90
5	\$ 103.774,92	\$ 317,87	\$ 104.092,79
6	\$ 108.994,79	\$ 317,87	\$ 109.312,67
7	\$ 114.477,23	\$ 317,87	\$ 114.795,11
8	\$ 120.235,44	\$ 317,87	\$ 120.553,31
9	\$ 126.283,28	\$ 317,87	\$ 126.601,15
10	\$ 132.635,33	\$ 317,87	\$ 132.953,20

**Fuente:** Inec, Inflación

**Elaborado por:** El Autor

### SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO

Este rubro comprende los sueldos al personal administrativo como son:

Gerente, secretaria – contadora y administrador, jefe de servicio, guardia

**CUADRO No. 52**

**SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO**

RUBRO	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA	ADMINIS- TRADOR	JEFE DE SERVI- CIOS	GUAR- DIAN
Sueldo Básico	\$ 1.000,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 450,00
Aporte Patronal (11.15%)	\$ 111,50	\$ 66,90	\$ 66,90	\$ 66,90	\$ 50,18
Aporte IEES - SECAP (1%)	\$ 10,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 4,50
Décimo tercero	\$ 24,33	\$ 24,33	\$ 24,33	\$ 24,33	\$ 37,50
Décimo Cuarto	\$ 83,33	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 37,50
Vacaciones	\$ 12,17	\$ 12,17	\$ 12,17	\$ 12,17	\$ 18,75
<b>Total</b>	<b>\$ 1.241,33</b>	<b>\$ 759,40</b>	<b>\$ 759,40</b>	<b>\$ 759,40</b>	<b>\$ 598,43</b>
<b>Total Nomina Mensual</b>					<b>\$ 4.117,96</b>
<b>Total Nomina Anual</b>					<b>\$ 49.415,50</b>

Fuente: IEES

Elaborado por: El Autor

**CUADRO N°. 53**

**PROYECCIÓN DE SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO**

AÑOS	VALOR PROYECTADO	FONDOS DE RESERVA	VALOR TOTAL
0			49415,50
1	\$ 51.901,10		\$ 51.901,10
2	\$ 54.511,72	\$ 317,87	\$ 54.829,60
3	\$ 57.253,66	\$ 317,87	\$ 57.571,54
4	\$ 60.133,52	\$ 317,87	\$ 60.451,40
5	\$ 63.158,24	\$ 317,87	\$ 63.476,11
6	\$ 66.335,10	\$ 317,87	\$ 66.652,97
7	\$ 69.671,76	\$ 317,87	\$ 69.989,63
8	\$ 73.176,24	\$ 317,87	\$ 73.494,12
9	\$ 76.857,01	\$ 317,87	\$ 77.174,88
10	\$ 80.722,92	\$ 317,87	\$ 81.040,79

Fuente: Investigación, Inec

Elaborado por: El Autor

## SERVICIOS BÁSICOS

Los servicios básicos comprenden agua potable, energía eléctrica y servicio telefónico. Para mayor objetividad del trabajo, diferenciaremos los servicios básicos para la producción y para la administración.

### CUADRO No. 54

#### SERVICIOS BÁSICOS PARA LA PRODUCCIÓN

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua (metros cúbicos)	\$ 700	\$ 8.400,00
Luz (Kilovatios)	\$ 1.100,00	\$ 13,200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.800,00</b>	<b>\$ 21.600,00</b>

**Fuente:** Empresa Eléctrica de Loja, Municipio de Loja

**Elaborado por:** El Autor

**CUADRO N°. 55****PROYECCIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS PARA LA PRODUCCIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
0	\$21.600,00
1	\$ 22.686,48
2	\$ 23.827,61
3	\$ 25.026,14
4	\$ 26.284,95
5	\$ 27.607,09
6	\$ 28.995,72
7	\$ 30.454,21
8	\$ 31.986,05
9	\$ 33.594,95
10	\$ 35.284,78

Fuente: Inec

Elaborado por: El Autor

**CUADRO No. 56****SERVICIOS BÁSICOS PARA LA ADMINISTRACIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Teléfono (minutos)	\$ 150,00	\$1.800,00
Agua (metros cúbicos)	\$ 25,00	\$ 300,00
Luz (Kilovatios)	\$ 40,00	\$ 480,00
Internet	\$ 60,00	\$ 720,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 215,00</b>	<b>\$ 2.580,00</b>

Fuente: Empresa Eléctrica de Loja, Cnt, Municipio de Loja

Elaborado por: El Autor

**CUADRO N°. 57**  
**PROYECCIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRATIVOS**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
0	\$ 2.580,00
1	\$ 2.709,77
2	\$ 2.846,08
3	\$ 2.989,23
4	\$ 3.139,59
5	\$ 3.297,51
6	\$ 3.463,38
7	\$ 3.637,59
8	\$ 3.820,56
9	\$ 4.012,73
10	\$ 4.214,57

**Fuente:** Inec

**Elaborado por:** El Autor

### **MATERIALES DE ASEO**

En toda empresa se hace necesario la compra de materiales de aseo y limpieza que ayuden a mantener las instalaciones físicas impecables para una mejor atención a los niños y a las personas que visiten la empresa.

Dentro de los materiales de aseo se consideran los siguientes:

**CUADRO Nº 58****MATERIALES DE ASEO**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Escobas	Unidad	5	\$ 2,50	\$ 12,50
Trapeador	Unidad	5	\$ 2,00	\$ 10,00
Papel Higiénico	Paquete	100	\$ 3,95	\$ 395,00
Desinfectante	Galón	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Detergente	Kilos	20	\$ 2,71	\$ 54,20
Jaboncillos	Unidad	40	\$ 0,75	\$ 30,00
Franelas	Metro	20	\$ 1,50	\$ 30,00
Fundas de basura	Paquete	300	\$ 1,00	\$ 300,00
Recogedor de basura	Unidad	6	\$ 1,50	\$ 9,00
Balde escurridor	Unidad	6	\$ 3,95	\$ 23,70
Basurero	Unidad	20	\$ 4,50	\$ 90,00
Toalla	Unidad	100	\$ 4,25	\$ 425,00
<b>Total Mensual</b>				<b>\$ 1.429,40</b>
<b>Total Anual</b>				<b>\$ 17.152,80</b>

Fuente: Supermaxi

Elaborado por: El Autor

**PROYECCIÓN DE MATERIALES DE ASEO****CUADRO Nº 59**

AÑOS	VALOR TOTAL
0	\$17.152,80
1	\$ 18.015,59
2	\$ 18.921,77
3	\$ 19.873,53
4	\$ 20.873,17
5	\$ 21.923,09
6	\$ 23.025,83
7	\$ 24.184,02
8	\$ 25.400,48
9	\$ 26.678,13
10	\$ 28.020,04

Fuente: Inec,

## SUMINISTROS DE OFICINA

Son aquellos bienes tangibles y de uso exclusivo para las labores administrativas de la empresa. El valor asciende a \$ 4.599,84 dólares anuales.

### CUADRO Nº 60

#### SUMINISTROS DE OFICINA

CAN	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
12	Resma de papel bond	\$3,00	\$ 36,00	\$ 432,00
6	Caja de esferos color negro Bic 24 unidades	\$4,00	\$ 24,00	\$ 288,00
6	Caja de lápiz Mongol 24 unidades	\$3,00	\$ 18,00	\$ 216,00
6	Borradores	\$0,10	\$ 0,60	\$ 7,20
4	Cuaderno espiral grande de 100 hojas a cuadro	\$1,20	\$ 4,80	\$ 57,60
6	Carpetas (archivadores)	\$2,08	\$ 12,48	\$ 149,76
3	Cuaderno para apuntes contables	\$2,08	\$ 6,24	\$ 74,88
20	Carpetas Folder	\$0,20	\$ 4,00	\$ 48,00
5	Correctores	\$2,00	\$ 1,80	\$ 21,60
4	Sellos	\$5,00	\$ 20,00	\$ 240,00
12	Tinta de impresión	\$18,50	\$ 222,00	\$ 2.664,00
100	Cd's	\$0,25	\$ 25,00	\$ 300,00
12	Clips(Caja)	\$0,20	\$ 2,40	\$ 28,80
12	Grapas(Caja)	\$0,50	\$ 6,00	\$ 72,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 383,32</b>	<b>\$ 4.599,84</b>

Fuente: Reforma

Elaborado por: El Autor

**CUADRO Nº 61**  
**PROYECCIÓN DE SUMINISTROS DE OFICINA**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
0	\$4.599,84
1	\$ 4.831,21
2	\$ 5.074,22
3	\$ 5.329,46
4	\$ 5.597,53
5	\$ 5.879,08
6	\$ 6.174,80
7	\$ 6.485,39
8	\$ 6.811,61
9	\$ 7.154,23
10	\$ 7.514,09

**Fuente:** Inec

**Elaborado por:** El Autor

**PUBLICIDAD Y PROPAGANDA**

Dentro de este rubro están inmersos los gastos de publicidad y propaganda que serán realizados a través de los diferentes medios de comunicación. Cuyo rubro total asciende a \$ 1.250 dólares mensuales.

**CUADRO N° 62****PUBLICIDAD Y PROPAGANDA**

<b>CANT</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNIT</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Paquete publicitario en Ecotel TV	\$ 600	\$ 600,00	\$ 7.200,00
1	Paquete publicitario Súper Laser	\$ 400	\$ 400,00	\$ 4.800,00
1	Paquete publicitario diario la Hora	\$ 250	\$ 250,00	\$ 3.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.250,00</b>	<b>\$ 15,000,00</b>

**Fuente:** Ecotel Tv, Radio Súper Laser, Diario la Hora

**Elaborado por:** El Autor

**CUADRO N° 63****PROYECCIÓN DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
0	\$15.000,00
1	\$ 15.754,50
2	\$ 16.546,95
3	\$ 17.379,26
4	\$ 18.253,44
5	\$ 19.171,59
6	\$ 20.135,92
7	\$ 21.148,76
8	\$ 22.212,54
9	\$ 23.329,83
10	\$ 24.503,32

**Fuente:** Inec

**Elaborado por:** El Autor

**CUADRO Nº 64****TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO**

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
Mano de Obra Directa	\$6.766,19
Sueldo Personal Adm.	\$ 4.117,96
Suministro de Oficina	\$ 383,32
Materiales de Aseo	\$ 1.429,40
Servicios Básicos Adm.	\$ 215,00
Servicios Básicos Pro.	\$ 1.800,00
Publicidad y Propaganda	\$ 1.250,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$15.961,87</b>

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** El Autor

**CUADRO Nº 65**  
**INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO**

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Terreno	\$ 180.000,00
Construcciones	\$ 154.914,00
Maquinaria y Equipo	\$ 2.250,00
Muebles y enseres	\$ 2.240,00
Vehículo	\$ 16.500,00
Equipo de oficina	\$ 99,00
Equipo de Computación	\$ 1.308,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 357.311,00</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Elaboración del proyecto	\$ 1.200,00
Registro sanitario	\$ 300,00
Permiso de funcionamiento	\$ 300,00
Gastos organizativos	\$ 1.000,00
Imprevistos	\$ 500,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 3.300,00</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Mano de obra directa	\$ 6.766,19
Sueldo personal administrativo	\$ 4.117,96
Suministros de oficina	\$ 383,32
Materiales de aseo	\$ 1.429,40
Servicios Básicos Admi	\$ 215,00
Servicios Básicos Prod	\$ 1.800,00
Publicidad y Propaganda	\$ 1.250,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 15.961,87</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 376.572,87</b>

Fuente: Investigación  
Elaborado por: El Autor

## FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

Constituye la asignación de recursos por parte de los accionistas y de terceros, para la obtención de los bienes necesarios para la puesta en marcha de la empresa, con la finalidad de obtener rendimiento en el futuro. En este caso se utilizará como fuente externa al Banco Nacional de Fomento quien nos otorgará un préstamo de \$166.572,87 dólares que representa el 44,23% de la inversión total. También contamos con un capital propio de \$ 210.000,00 dólares representando el 55,77% de la inversión. Lo cual lo podemos constatar en el siguiente cuadro.

### CUADRO Nº 66

#### FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Fuente externo	\$ 166.572,87	44,23 %
Fuente interno	\$ 210.000,00	55,77 %
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 376.572,87</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Banco Nacional de Fomento

**Elaborado por:** El Autor

### **Amortización del Crédito o Fuente Externa**

Para poder desarrollar el proyecto, es necesario solicitar un crédito, por lo que es aconsejable trabajar con el Banco Nacional de Fomento, la misma que brinda más facilidades al momento de sacar el crédito y lo más conveniente es tu tasa de interés que está al 8% para esta clase de proyectos. Este crédito servirá para financiar las construcciones del parque.

En el siguiente cuadro se puede observar el detalle de la amortización del préstamo.

### Calendario de Pagos Préstamo de cuota constante

Datos Iniciales						
Totales	Capital 166.572,00	Interés 28.620,45		Seguros - 1.507,82	Total Dividendos 196.700,26	
CAPITAL: 166.572,00						
INTERES: 8,00%						
PLAZO (años): 4						
PLAZO (meses): 48						
	Solca	1665,72	Incendio	si		
	Comisión Desembol.	3331,44	Desgravame	si		
	Comisión Mensual	240,00	Comi. Men.	n		
FECHA	CAPITAL	INTERES	DIVIDENDO NORMAL	SEG. DESGRA.	CAPITAL REDUCIDO	DIVIDENDO FINAL
					166.572,00	
13/06/2011	2.956,03	1.110,48	4.066,51	56,37	163.615,97	4.122,88
13/07/2011	2.975,74	1.090,77	4.066,51	56,37	160.640,23	4.122,88
12/08/2011	2.995,57	1.070,93	4.066,51	55,37	157.644,66	4.121,88
11/09/2011	3.015,54	1.050,96	4.066,51	54,36	154.629,12	4.120,87
11/10/2011	3.035,65	1.030,86	4.066,51	53,35	151.593,47	4.119,86
10/11/2011	3.055,89	1.010,62	4.066,51	52,33	148.537,58	4.118,84
10/12/2011	3.076,26	990,25	4.066,51	51,30	145.461,32	4.117,81
09/01/2012	3.096,77	969,74	4.066,51	50,27	142.364,55	4.116,78
08/02/2012	3.117,41	949,10	4.066,51	49,23	139.247,14	4.115,73
09/03/2012	3.138,20	928,31	4.066,51	48,18	136.108,95	4.114,69
08/04/2012	3.159,12	907,39	4.066,51	47,12	132.949,83	4.113,63
08/05/2012	3.180,18	886,33	4.066,51	46,06	129.769,65	4.112,57
07/06/2012	3.201,38	865,13	4.066,51	44,99	126.568,28	4.111,50
07/07/2012	3.222,72	843,79	4.066,51	43,92	123.345,55	4.110,42
06/08/2012	3.244,21	822,30	4.066,51	42,83	120.101,35	4.109,34
05/09/2012	3.265,83	800,68	4.066,51	41,74	116.835,52	4.108,25
05/10/2012	3.287,61	778,90	4.066,51	40,64	113.547,91	4.107,15
04/11/2012	3.309,52	756,99	4.066,51	39,54	110.238,39	4.106,05
04/12/2012	3.331,59	734,92	4.066,51	38,43	106.906,80	4.104,93
03/01/2013	3.353,80	712,71	4.066,51	37,31	103.553,00	4.103,81
02/02/2013	3.376,16	690,35	4.066,51	36,18	100.176,85	4.102,69
04/03/2013	3.398,66	667,85	4.066,51	35,04	96.778,18	4.101,55
03/04/2013	3.421,32	645,19	4.066,51	33,90	93.356,86	4.100,41
03/05/2013	3.444,13	622,38	4.066,51	32,75	89.912,73	4.099,26
02/06/2013	3.467,09	599,42	4.066,51	31,59	86.445,64	4.098,10
02/07/2013	3.490,21	576,30	4.066,51	30,43	82.955,44	4.096,94
01/08/2013	3.513,47	553,04	4.066,51	29,25	79.441,96	4.095,76
31/08/2013	3.536,90	529,61	4.066,51	28,07	75.905,07	4.094,58
30/09/2013	3.560,48	506,03	4.066,51	26,88	72.344,59	4.093,39
30/10/2013	3.584,21	482,30	4.066,51	25,69	68.760,38	4.092,20
29/11/2013	3.608,11	458,40	4.066,51	24,48	65.152,27	4.090,99
29/12/2013	3.632,16	434,35	4.066,51	23,27	61.520,11	4.089,78
28/01/2014	3.656,38	410,13	4.066,51	22,05	57.863,74	4.088,56
27/02/2014	3.680,75	385,76	4.066,51	20,82	54.182,98	4.087,33
29/03/2014	3.705,29	361,22	4.066,51	19,58	50.477,69	4.086,09
28/04/2014	3.729,99	336,52	4.066,51	18,34	46.747,70	4.084,85
28/05/2014	3.754,86	311,65	4.066,51	17,08	42.992,85	4.083,59
27/06/2014	3.779,89	286,62	4.066,51	15,82	39.212,96	4.082,33
27/07/2014	3.805,09	261,42	4.066,51	14,55	35.407,87	4.081,06
26/08/2014	3.830,46	236,05	4.066,51	13,27	31.577,41	4.079,78
25/09/2014	3.855,99	210,52	4.066,51	11,98	27.721,42	4.078,49
25/10/2014	3.881,70	184,81	4.066,51	10,69	23.839,72	4.077,20
24/11/2014	3.907,58	158,93	4.066,51	9,38	19.932,14	4.075,89
24/12/2014	3.933,63	132,88	4.066,51	8,07	15.998,51	4.074,58
23/01/2015	3.959,85	106,66	4.066,51	6,75	12.038,66	4.073,25
22/02/2015	3.986,25	80,26	4.066,51	5,41	8.052,41	4.071,92
24/03/2015	4.012,83	53,68	4.066,51	4,07	4.039,58	4.070,58
23/04/2015	4.039,58	26,93	4.066,51	2,73	0,00	4.069,23

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Elaborado por: El Autor

## **PRESUPUESTO DE COSTOS**

La estimación de los costos para los diez años del proyecto constituye aspectos básicos para la realización del mismo; aquí se determina la rentabilidad del proyecto así como la valoración de los desembolsos del mismo. Al iniciar el funcionamiento de la empresa se incurre en algunos gastos, los mismos que están basados en los precios del mercado y también están dados por la inflación, que para este proyecto se ha considerado el 5,03% anual (Fuente INEC).

La estimación de los costos totales permite el cálculo de los costos unitarios y por tanto el precio de venta a nivel de productor, el mismo que debe ser competitivo para que tenga éxito la empresa.

Estos costos se agrupan en el denominado presupuesto de operación proyectado, cuya fuente son los cuadros referenciales de presupuestos. Se detallan a continuación:

**CUADRO N° 67**  
**COSTOS TOTALES PARA LOS DIEZ AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO**

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>\$ 144.042,40</b>	<b>\$ 150.697,09</b>	<b>\$ 157.352,65</b>	<b>\$ 164.342,98</b>	<b>\$ 171.684,93</b>	<b>\$ 179.396,18</b>	<b>\$ 187.495,30</b>	<b>\$ 196.001,81</b>	<b>\$ 204.936,19</b>	<b>\$ 214.319,98</b>
COSTO PRIMO										
Mano de Obra Directa	\$ 85.278,38	\$ 89.885,75	\$ 94.391,02	\$ 99.122,90	\$ 104.092,79	\$ 109.312,67	\$ 114.795,11	\$ 120.553,31	\$ 126.601,15	\$ 132.953,20
<b>Total de costos primos</b>	<b>\$ 85.278,38</b>	<b>\$ 89.885,75</b>	<b>\$ 94.391,02</b>	<b>\$ 99.122,90</b>	<b>\$ 104.092,79</b>	<b>\$ 109.312,67</b>	<b>\$ 114.795,11</b>	<b>\$ 120.553,31</b>	<b>\$ 126.601,15</b>	<b>\$ 132.953,20</b>
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>										
Depreciaciones	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96
Servicios en la (producción)	\$ 22.686,48	\$ 23.827,61	\$ 25.026,14	\$ 26.284,95	\$ 27.607,09	\$ 28.995,72	\$ 30.454,21	\$ 31.986,05	\$ 33.594,95	\$ 35.284,78
Materiales de aseo	\$ 18.015,59	\$ 18.921,77	\$ 19.873,53	\$ 20.873,17	\$ 21.923,09	\$ 23.025,83	\$ 24.184,02	\$ 25.400,48	\$ 26.678,13	\$ 28.020,04
<b>Total de gastos de fabricación</b>	<b>\$ 58.764,03</b>	<b>\$ 60.811,34</b>	<b>\$ 62.961,63</b>	<b>\$ 65.220,09</b>	<b>\$ 67.592,14</b>	<b>\$ 70.083,51</b>	<b>\$ 72.700,19</b>	<b>\$ 75.448,50</b>	<b>\$ 78.335,04</b>	<b>\$ 81.366,77</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>\$ 84.080,59</b>	<b>\$ 86.001,85</b>	<b>\$ 87.616,49</b>	<b>\$ 89.177,96</b>	<b>\$ 92.154,30</b>	<b>\$ 96.757,07</b>	<b>\$ 101.591,36</b>	<b>\$ 106.668,82</b>	<b>\$ 112.001,67</b>	<b>\$ 117.602,77</b>
Servicios básicos (operación)	\$ 2.709,77	\$ 2.846,08	\$ 2.989,23	\$ 3.139,59	\$ 3.297,51	\$ 3.463,38	\$ 3.637,59	\$ 3.820,56	\$ 4.012,73	\$ 4.214,57
Sueldos	\$ 51.901,10	\$ 54.829,60	\$ 57.571,54	\$ 60.451,40	\$ 63.476,11	\$ 66.652,97	\$ 69.989,63	\$ 73.494,12	\$ 77.174,88	\$ 81.040,79
Suministros de Oficina	\$ 4.831,21	\$ 5.074,22	\$ 5.329,46	\$ 5.597,53	\$ 5.879,08	\$ 6.174,80	\$ 6.485,39	\$ 6.811,61	\$ 7.154,23	\$ 7.514,09
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 59.442,09</b>	<b>\$ 62.749,90</b>	<b>\$ 65.890,23</b>	<b>\$ 69.188,52</b>	<b>\$ 72.652,71</b>	<b>\$ 76.291,15</b>	<b>\$ 80.112,61</b>	<b>\$ 84.126,28</b>	<b>\$ 88.341,84</b>	<b>\$ 92.769,45</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>										
Publicidad	\$ 15.754,50	\$ 16.546,95	\$ 17.379,26	\$ 18.253,44	\$ 19.171,59	\$ 20.135,92	\$ 21.148,76	\$ 22.212,54	\$ 23.329,83	\$ 24.503,32
<b>Total Gasto de Venta</b>	<b>\$ 15.754,50</b>	<b>\$ 16.546,95</b>	<b>\$ 17.379,26</b>	<b>\$ 18.253,44</b>	<b>\$ 19.171,59</b>	<b>\$ 20.135,92</b>	<b>\$ 21.148,76</b>	<b>\$ 22.212,54</b>	<b>\$ 23.329,83</b>	<b>\$ 24.503,32</b>
<b>GASTO FINANCIEROS</b>										
Interés del préstamo	\$ 11.955,77	\$ 8.491,19	\$ 5.633,08	\$ 2.050,41						
<b>Total Gasto Financiero</b>	<b>\$ 11.955,77</b>	<b>\$ 8.491,19</b>	<b>\$ 5.633,08</b>	<b>\$ 2.050,41</b>						
<b>Prorratio Gastos Diferidos</b>	<b>\$ 330,00</b>									
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>\$ 231.524,76</b>	<b>\$ 239.265,13</b>	<b>\$ 246.585,22</b>	<b>\$ 254.165,35</b>	<b>\$ 263.839,23</b>	<b>\$ 276.153,25</b>	<b>\$ 289.086,66</b>	<b>\$ 302.670,63</b>	<b>\$ 316.937,87</b>	<b>\$ 331.922,75</b>

Fuente: Investigación Elaborado por: El Autor

Para comprender el desarrollo del cuadro # 67, se utilizaron las siguientes formulas:

**Total de Costos:** costos de producción + costos de operación

**Costos de Operación:** gasto financiero + publicidad+ gasto administrativo

**Costo de Producción:** costo primo + mano de obra directa + depreciaciones + servicios básicos, materiales de aseo

## **CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS**

Los costos se clasifican en costos fijos y variables como se demuestra a continuación:

### **COSTOS FIJOS**

Está representado por los gastos que incurre la empresa por el solo hecho de existir. Es un gasto que se incurre así no produzca la empresa y normalmente dentro de estos gastos están los administrativos entre otros que generalmente sirven para realizar las operaciones no productivas.

### **COSTOS VARIABLES**

Los costos variables por su parte están representados por todos los componentes del costo total a excepción del costo fijo, es decir, los costos que están íntimamente relacionados con la capacidad del servicio.

**CUADRO N° 68**  
**COSTOS FIJOS Y VARIABLES DEL PRIMERO AL QUINTO AÑO**

RUBROS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES								
<b><u>COSTO DE PRODUCCION</u></b>										
COSTO PRIMO										
Mano de Obra Directa		\$ 85.278,38		\$ 89.885,75		\$ 94.391,02		\$ 99.122,90		\$ 104.092,79
<b><u>GASTOS DE FABRICACIÓN</u></b>										
Depreciaciones	\$ 18.061,96		\$ 18.061,96		\$ 18.061,96		\$ 18.061,96		\$ 18.061,96	
Servicios en la (producción)		\$ 22.686,48		\$ 23.827,61		\$ 25.026,14		\$ 26.284,95		\$ 27.607,09
Materiales de aseo	\$ 18.015,59		\$ 18.921,77		\$ 19.873,53		\$ 20.873,17		\$ 21.923,09	
<b><u>COSTOS DE OPERACIÓN</u></b>										
<b>Gastos Administrativos</b>										
Servicios básicos (operación)	\$ 2.709,77		\$ 2.846,08		\$ 2.989,23		\$ 3.139,59		\$ 3.297,51	
Sueldos	\$ 51.901,10		\$ 54.829,60		\$ 57.571,54		\$ 60.451,40		\$ 63.476,11	
Suministros de Oficina	\$ 4.831,21		\$ 5.074,22		\$ 5.329,46		\$ 5.597,53		\$ 5.879,08	
<b><u>GASTOS DE VENTA</u></b>										
Publicidad	\$ 15.754,50		\$ 16.546,95		\$ 17.379,26		\$ 18.253,44		\$ 19.171,59	
<b><u>GASTO FINANCIEROS</u></b>										
Interés del préstamo	\$ 11.955,77		\$ 8.941,19		\$ 5.633,08		\$ 2.050,41			
Prorrateo Gastos Diferidos	\$ 330,00		\$ 330,00		\$ 330,00		\$ 330,00		\$ 330,00	
	\$ 123.559,90	\$ 107.964,86	\$ 125.551,77	\$ 113.713,36	\$ 127.168,06	\$ 119.417,16	\$ 128.757,50	\$ 125.407,85	\$ 132.139,35	\$ 131.699,88
<b><u>TOTAL DE COSTOS</u></b>	\$ 231.524,76		\$ 239.265,13		\$ 246.585,22		\$ 254.165,35		\$ 263.839,23	

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

**CUADRO Nº 69**  
**COSTOS FIJOS Y VARIABLES DEL SEXTO AL DECIMO AÑO**

RUBROS	AÑO 6		AÑO 7		AÑO 8		AÑO 9		AÑO 10	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES								
<b><u>COSTO DE PRODUCCION</u></b>										
COSTO PRIMO										
Mano de Obra Directa		\$ 109.312,67		\$ 114.795,11		\$ 120.553,31		\$ 126.601,15		\$ 132.953,20
<b><u>GASTOS DE FABRICACIÓN</u></b>										
Depreciaciones	\$ 18.061,96		\$ 18.061,96		\$ 18.061,96		\$ 18.061,96		\$ 18.061,96	
Servicios en la (producción)		\$ 28.995,72		\$ 30.454,21		\$ 31.986,05		\$ 33.594,95		\$ 35.284,78
Materiales de aseo	\$ 23.025,83		\$ 24.184,02		\$ 25.400,48		\$ 26.678,13		\$ 28.020,04	
<b><u>COSTOS DE OPERACIÓN</u></b>										
<b>Gastos Administrativos</b>										
Servicios básicos (operación)	\$ 3.463,38		\$ 3.637,59		\$ 3.820,56		\$ 4.012,73		\$ 4.214,57	
Sueldos	\$ 66.652,97		\$ 69.989,63		\$ 73.494,12		\$ 77.174,88		\$ 81.040,79	
Suministros de Oficina	\$ 6.174,80		\$ 6.485,39		\$ 6.811,61		\$ 7.154,23		\$ 7.514,09	
<b><u>GASTOS DE VENTA</u></b>										
Publicidad	\$ 20.135,92		\$ 21.148,76		\$ 22.212,54		\$ 23.329,83		\$ 24.503,32	
<b><u>GASTO FINANCIEROS</u></b>										
Interés del préstamo										
Prorrateso Gastos Diferidos	\$ 330,00		\$ 330,00		\$ 330,00		\$ 330,00		\$ 330,00	
	\$ 137.844,86	\$ 138.308,39	\$ 143.837,35	\$ 145.249,31	\$ 150.131,26	\$ 152.539,36	\$ 156.741,76	\$ 160.196,11	\$ 163.684,77	\$ 168.237,98
<b><u>TOTAL DE COSTOS</u></b>	<b>\$ 276.153,25</b>		<b>\$ 289.086,66</b>		<b>\$ 302.670,63</b>		<b>\$ 316.937,87</b>		<b>\$ 331.922,75</b>	

Fuente: Investigación  
 Elaborado por: El Autor

## INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por la prestación de servicio de recreación. La determinación de ingresos está dada en primer lugar por la capacidad instalada que es de 1306 personas, pero un factor muy importante a tener en cuenta en este proyecto es que la gente usa este servicio de manera más frecuente los días Sábados y Domingos según datos de la encuesta, y que el resto de días el porcentaje de demanda baja notablemente. Este es un punto que para objetividad del proyecto lo utilizaremos para determinar los ingresos más acertadamente. El siguiente cuadro nos ayudara a entender mejor

### CUADRO N° 70

#### DETERMINACIÓN SEMANAL DE ASISTENCIA AL PARQUE

<b>CAPACIDAD CON PORCENTAJE DE VISITAS SEMANA</b>		
<b>DIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PERSONAS</b>
Martes	0,57 %	90
Miércoles	2,57%	120
Jueves	2,29%	170
Viernes	4,86%	380
Sábado	40,29%	1.306
Domingo	48,57%	1.306
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>\$ 3.372</b>

**Fuente:** Investigación, Encuestas

**Elaborado por:** El Autor

### CUADRO N° 71

#### DETERMINACION DE LOS INGRESOS

DETERMINACION DE LOS INGRESOS		
CAPACIDAD ANUAL	PRECIO	2011
161856	\$ 2	\$ 323.712,00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>\$ 323.712,00</b>

Fuente: Encuestas, Cuadro N°70

Elaborado por: El Autor

La determinación de los ingresos está dada por la capacidad anual de visitas por el valor de \$ 2 que será el costo de la entrada.

### CUADRO N° 72

#### PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS TOTALES

AÑOS	VALOR TOTAL
0	\$323.712,00
1	\$ 339.994,71
2	\$ 357.096,45
3	\$ 375.058,40
4	\$ 393.923,84
5	\$ 413.738,21
6	\$ 434.549,24
7	\$ 456.407,06
8	\$ 479.364,34
9	\$ 503.476,37
10	\$ 528.801,23

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

## **PUNTO DE EQUILIBRIO**

El punto de equilibrio (PE), corresponde a la situación productiva o generación de servicios, en que la empresa no obtiene ganancia, ni incurre en pérdida, cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el Punto de Equilibrio, es decir, mediante el punto de nivelación económica (PE) se obtiene los niveles de generación de servicios críticos del proyecto, a través de relacionar el comportamiento de las variables, ingresos totales y costos totales; para ellos el costo total se divide en costos fijos, que es aquel que no varía cuando aumenta o disminuye el nivel de generación de los servicios; y el costo variable, cuyo valor se modifica para los distintos niveles de producción.

En toda empresa es importante anticiparse a los resultados y sobre esa base tomar decisiones que le permitan acercarse a conseguir los resultados esperados, uno de esos métodos es el punto de equilibrio.

Este método permite cambiar los diferentes factores determinantes de las posibles utilidades o pérdidas a diferentes niveles de operación, por lo cual se constituye en una herramienta importante para la toma de decisiones.

## CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

### 1) Método Matemático

**PE en función de los ingresos (ventas).**

$$PE = CFT / (1 - CVT / VT)$$

$$PE = 123.559,90 / (1 - 107.964,86 / 339.994,71)$$

$$PE = 181.053,05$$

Significa que si la empresa obtiene por ventas \$ 181.053,05 no obtiene ni ganancia ni pérdida.

**PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

$$PE = \frac{123.559,90}{339.994,71 - 107.964,86} * 100$$

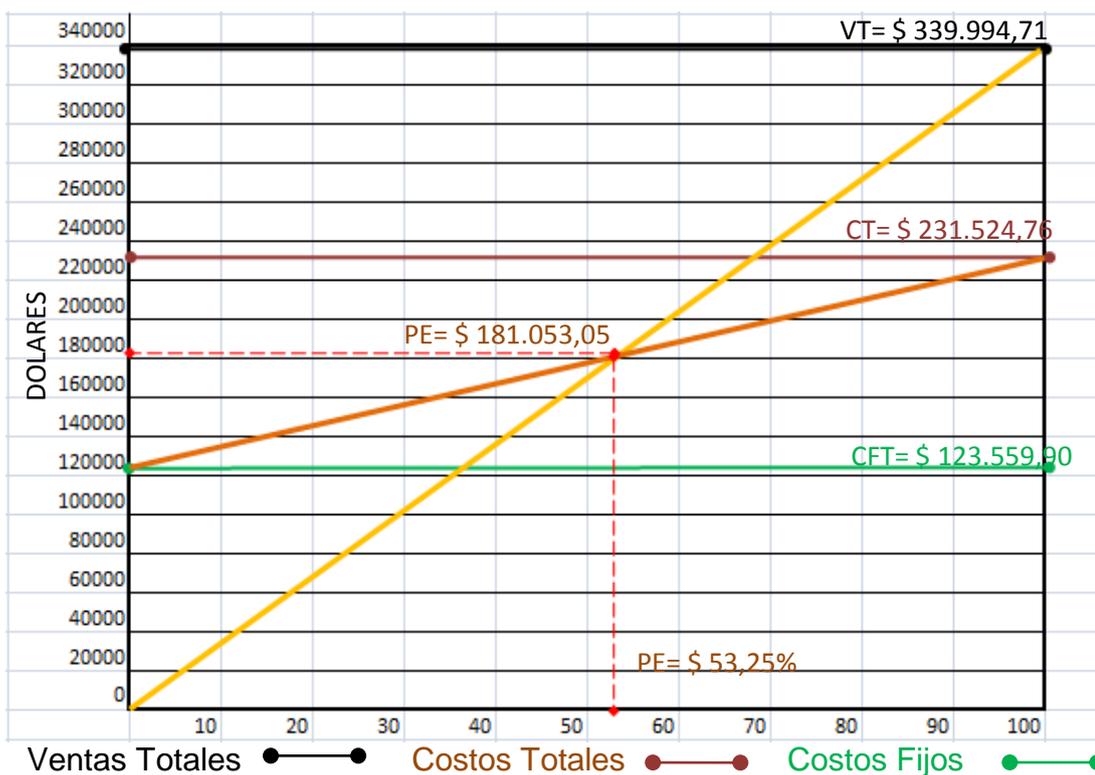
$$PE = 53,25\%$$

Significa que la empresa deberá trabajar al menos con el 53,25% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos

Como se puede determinar en el año 1 en la empresa obtendrá su punto de equilibrio cuando con una capacidad instalada del 53,25% y cuando venda \$181.053,05 dólares la empresa no gana ni pierde.

2) Método Gráfico

**GRAFICA N° 28**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS UNIDADES PRODUCIDAS PRIMER AÑO**



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** El Autor

## CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL QUINTO AÑO

### 1) Método Matemático

**PE en función de los ingresos (ventas).**

$$PE = CFT / (1 - CVT / VT)$$

$$PE = 132.139,35 / (1 - 131.699,88 / 413.738,21)$$

$$PE = \mathbf{193.842,79}$$

Significa que si la empresa obtiene por ventas \$ 193.842,79 no obtiene ni ganancia ni pérdida

**PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

$$PE = \frac{132.139,35}{413.738,21 - 131.699,88} * 100$$

$$PE = \mathbf{46,85\%}$$

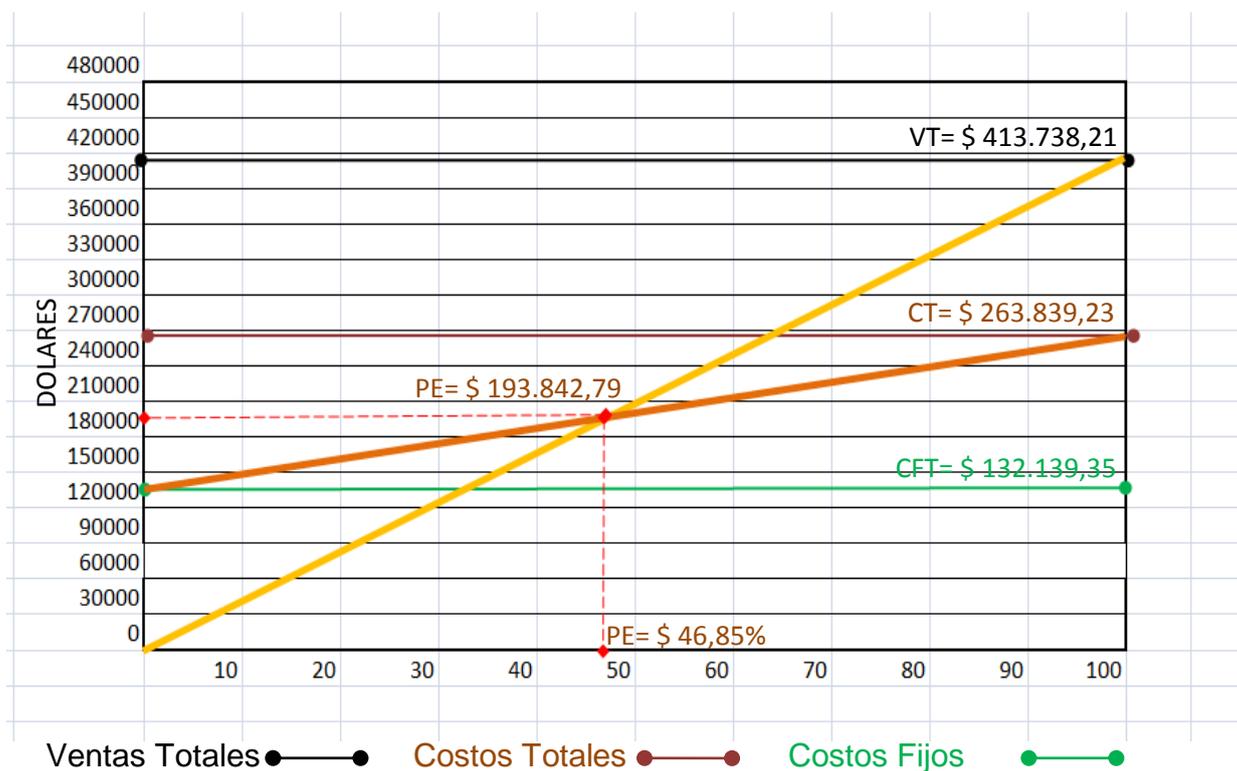
Significa que la empresa deberá trabajar en el quinto año al menos con el 46,85% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

Como se puede determinar en el quinto año de la empresa obtendrá su punto de equilibrio cuando se produzca con una capacidad instalada del 46,85% y cuando venda \$ 193.842,79 dólares la empresa no gana ni pierde.

## 2) Método Gráfico

GRAFICA N° 29

### PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS UNIDADES PRODUCIDAS QUINTO AÑO



Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

## CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL DÉCIMO AÑO

### 1) Método Matemático

**PE en función de los ingresos (ventas).**

$$PE = CFT / (1 - CVT / VT)$$

$$PE = 163.684,77 / (1 - 168.237,98 / 528.801,23)$$

$$PE = 240.059,7$$

Significa que para el decimo año si la empresa obtiene por ventas \$ 240.059,70 no obtiene ni ganancia ni perdida

**PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

$$PE = \frac{163.684,77}{528.801,23 - 168.237,98} * 100$$

$$PE = 45,39\%$$

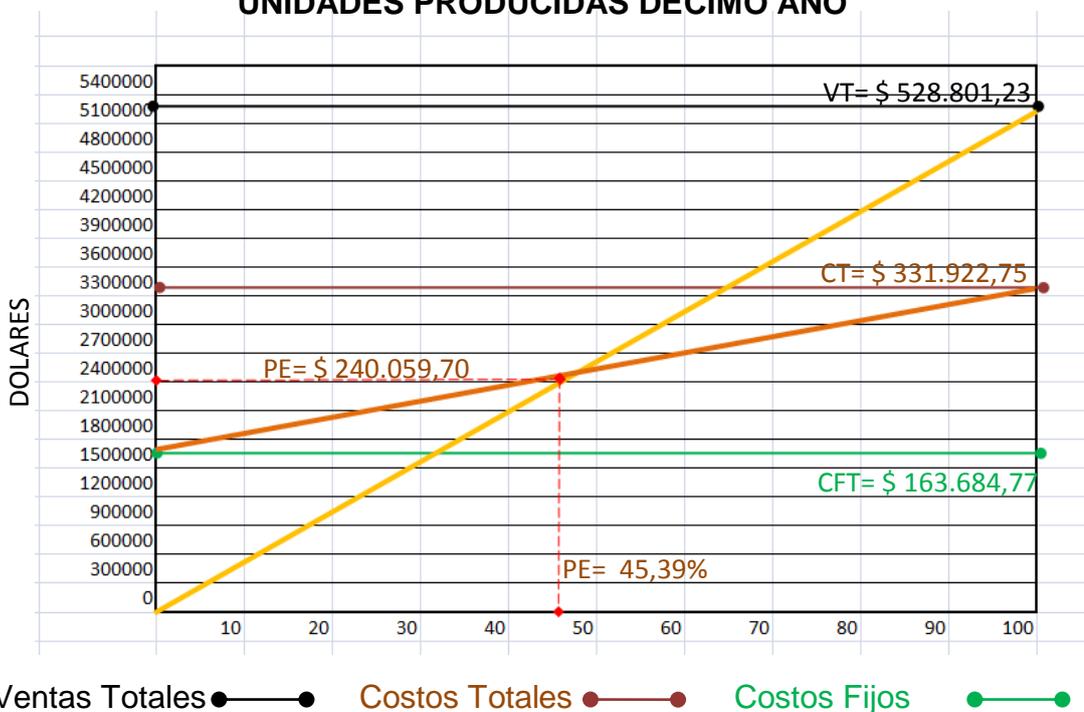
Significa que la empresa deberá trabajar en el décimo año al menos con el 45,39% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

Como se puede determinar en el décimo año de la empresa, obtendrá su punto de equilibrio cuando se produzca con una capacidad instalada del 45,39% y cuando venda \$ 240.059,70 dólares la empresa no gana ni pierde.

2) Método Gráfico

GRAFICA N° 30

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIOÓN DE LAS UNIDADES PRODUCIDAS DÉCIMO AÑO



Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

## **ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

De los datos obtenidos en los presupuesto tanto de ingresos como de costos y luego de establecer su diferencia se obtiene la utilidad neta para completar el estado de resultados, se toma en cuenta el 15% de distribución de utilidades entre los servidores de la empresa posteriormente se aplica el 25% de impuestos a la renta de las sociedades; el 10% de reserva legal no es necesaria ejecutarla debido a que esta empresa no está conformada por accionistas o no es compañía, es empresa privada individual, pero por objetos de estudios de la indicara.

El estado de pérdidas y ganancias se lo proyecta durante la vida útil del proyecto y los resultados representan la utilidad líquida para ser distribuidos.

CUADRO Nº 73

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO										
AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>INGRESOS</b>										
Ventas	\$ 339.994,71	\$ 357.096,45	\$ 375.058,40	\$ 393.923,84	\$ 413.738,21	\$ 434.549,24	\$ 456.407,06	\$ 479.364,34	\$ 503.476,37	\$ 528.801,23
<b>Total de Ingresos</b>	<b>\$ 339.994,71</b>	<b>\$ 357.096,45</b>	<b>\$ 375.058,40</b>	<b>\$ 393.923,84</b>	<b>\$ 413.738,21</b>	<b>\$ 434.549,24</b>	<b>\$ 456.407,06</b>	<b>\$ 479.364,34</b>	<b>\$ 503.476,37</b>	<b>\$ 528.801,23</b>
<b>EGRESOS</b>										
Costos de Producción	\$ 144.042,40	\$ 150.697,09	\$ 157.352,65	\$ 164.342,98	\$ 171.684,93	\$ 179.396,18	\$ 187.495,30	\$ 196.001,81	\$ 204.936,19	\$ 214.319,98
Costos de Operación	\$ 87.482,36	\$ 88.568,04	\$ 89.232,57	\$ 89.822,37	\$ 92.154,30	\$ 96.757,07	\$ 101.591,36	\$ 106.668,82	\$ 112.001,67	\$ 117.602,77
<b>Total de Egresos</b>	<b>\$ 231.524,76</b>	<b>\$ 239.265,13</b>	<b>\$ 246.585,22</b>	<b>\$ 254.165,35</b>	<b>\$ 263.839,23</b>	<b>\$ 276.153,25</b>	<b>\$ 289.086,66</b>	<b>\$ 302.670,63</b>	<b>\$ 316.937,87</b>	<b>\$ 331.922,75</b>
<b>Utilidad Gravable</b>	<b>\$ 108.469,95</b>	<b>\$ 117.831,32</b>	<b>\$ 128.473,18</b>	<b>\$ 139.758,49</b>	<b>\$ 149.898,98</b>	<b>\$ 158.395,99</b>	<b>\$ 167.320,40</b>	<b>\$ 176.693,71</b>	<b>\$ 186.538,50</b>	<b>\$ 196.878,48</b>
15% Para Trabajadores	\$ 16.270,49	\$ 17.674,70	\$ 19.270,98	\$ 20.963,77	\$ 22.484,85	\$ 23.759,40	\$ 25.098,06	\$ 26.504,06	\$ 27.980,78	\$ 29.531,77
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 92.199,46	\$ 100.156,62	\$ 109.202,20	\$ 118.794,71	\$ 127.414,13	\$ 134.636,59	\$ 142.222,34	\$ 150.189,66	\$ 158.557,73	\$ 167.346,71
25% Impuesto a la Renta	\$ 23.049,87	\$ 25.039,16	\$ 27.300,55	\$ 29.698,68	\$ 31.853,53	\$ 33.659,15	\$ 35.555,59	\$ 37.547,41	\$ 39.639,43	\$ 41.836,68
10% Reserva Legal	\$ 10.847,00	\$ 11.783,13	\$ 12.847,32	\$ 13.975,85	\$ 14.989,90	\$ 15.839,60	\$ 16.732,04	\$ 17.669,37	\$ 18.653,85	\$ 19.687,85
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 58.302,60</b>	<b>\$ 63.334,33</b>	<b>\$ 69.054,33</b>	<b>\$ 75.120,19</b>	<b>\$ 80.570,70</b>	<b>\$ 85.137,85</b>	<b>\$ 89.934,72</b>	<b>\$ 94.972,87</b>	<b>\$ 100.264,44</b>	<b>\$ 105.822,18</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

## **FLUJO DE CAJA**

Es una herramienta financiera que permite reconocer la verdadera liquidez que tiene la empresa. El flujo de caja nos permite enfrentar las decisiones sobre la compra de activos o el pago de pasivos. En el flujo de caja se consideran los valores correspondientes a depreciaciones y amortizaciones del activo diferido como valores que incrementan la liquidez empresarial, toda vez que ellos no signifiquen egresos durante el ejercicio económico. En el campo Financiero el flujo de caja permite calcular los indicadores del valor actual neto y tasa interna de retorno que son los que permiten tomar una decisión a cerca de la inversión a realizar

**CUADRO Nº 74  
FLUJO DE CAJA**

DENOMINACION	PERIODOS										
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>INGRESOS</b>											
Ingreso por ventas		\$ 339.994,71	\$ 357.096,45	\$ 375.058,40	\$ 393.923,84	\$ 413.738,21	\$ 434.549,24	\$ 456.407,06	\$ 479.364,34	\$ 503.476,37	\$ 528.801,23
Capital propio	\$ 210.000,00										
Crédito	\$ 166.572,87										
Valor Residual				\$ 292,12		\$ 2.640,00	\$ 292,12			\$ 292,12	\$ 2.640,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 376.572,87</b>	<b>\$ 339.994,71</b>	<b>\$ 357.096,45</b>	<b>\$ 375.350,52</b>	<b>\$ 393.923,84</b>	<b>\$ 416.378,21</b>	<b>\$ 434.841,36</b>	<b>\$ 456.407,06</b>	<b>\$ 479.364,34</b>	<b>\$ 503.768,49</b>	<b>\$ 531.441,23</b>
<b>EGRESOS</b>											
Activo fijo	\$ 357.311,00										
Activo diferido	\$ 3.300,00										
Activo circulante	\$ 15.961,87										
Reinversiones					\$ 1.308,00		\$ 16.500,00	\$ 1.308,00			\$ 1.308,00
Costos totales de producción		\$ 144.042,40	\$ 150.697,09	\$ 157.352,65	\$ 164.342,98	\$ 171.684,93	\$ 179.396,18	\$ 187.495,30	\$ 196.001,81	\$ 204.936,19	\$ 214.319,98
Depreciaciones		\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96
Amortización Activos Diferidos		\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 376.572,87</b>	<b>\$ 162.434,36</b>	<b>\$ 169.089,05</b>	<b>\$ 175.744,61</b>	<b>\$ 184.042,94</b>	<b>\$ 190.076,89</b>	<b>\$ 214.288,14</b>	<b>\$ 207.195,26</b>	<b>\$ 214.393,77</b>	<b>\$ 223.328,15</b>	<b>\$ 234.019,94</b>
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 177.560,35</b>	<b>\$ 188.007,40</b>	<b>\$ 199.605,91</b>	<b>\$ 209.880,89</b>	<b>\$ 226.301,32</b>	<b>\$ 220.553,22</b>	<b>\$ 249.211,81</b>	<b>\$ 264.970,57</b>	<b>\$ 280.440,33</b>	<b>\$ 297.421,29</b>
<b>15% Trabajadores</b>		\$ 26.634,05	\$ 28.201,11	\$ 29.940,89	\$ 31.482,13	\$ 33.945,20	\$ 33.082,98	\$ 37.381,77	\$ 39.745,59	\$ 42.066,05	\$ 44.613,19
<b>25% Impuesto a la renta</b>		\$ 44.390,09	\$ 47.001,85	\$ 49.901,48	\$ 52.470,22	\$ 56.575,33	\$ 55.138,31	\$ 62.302,95	\$ 66.242,64	\$ 70.110,08	\$ 74.355,32
<b>10% Reserva legal</b>		\$ 17.756,04	\$ 18.800,74	\$ 19.960,59	\$ 20.988,09	\$ 22.630,13	\$ 22.055,32	\$ 24.921,18	\$ 26.497,06	\$ 28.044,03	\$ 29.742,13
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 88.780,18</b>	<b>\$ 94.003,70</b>	<b>\$ 99.802,95</b>	<b>\$ 104.940,45</b>	<b>\$ 113.150,66</b>	<b>\$ 110.276,61</b>	<b>\$ 124.605,90</b>	<b>\$ 132.485,29</b>	<b>\$ 140.220,17</b>	<b>\$ 148.710,65</b>

Fuente: Investigación Elaborado por: El Autor

## **EVALUACIÓN FINANCIERA.**

Es el proceso de medición de su valor, que se basa en la comparación de los beneficios que genera y los costos o inversiones que requiere, desde un punto de vista determinado. Se basa normalmente en el análisis de los ingresos y gastos relacionados con el proyecto, teniendo en cuenta cuando son efectivamente recibidos y entregados (en los flujos de caja que se obtiene en dicho proyecto), con el fin de determinar si son suficientes para soportar el servicio de la deuda anual (principal + interés) y de retribuir adecuadamente el capital aportado por los socios. Para evaluar la viabilidad de un proyecto de inversión los indicadores más utilizados por los expertos son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Coeficiente Beneficio Costo, Periodo de Recuperación, entre otros. La evaluación financiera de un proyecto da la oportunidad de cuantificar los costos y beneficios que se podrán obtener como rentabilidad en períodos determinados de actividades.

### **VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios:

- Si el **VAN** es mayor a uno se hace la inversión
- Si el **VAN** es menor a uno se rechaza la inversión
- Si el **VAN** es igual a uno es indiferente para la inversión

**CUADRO N° 75**  
**VALOR ACTUAL NETO**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACT. ACTUL.12%</b>	<b>FLUJO DESCONTADO</b>
0	\$ 376.572,87		
1	\$ 88.780,18	\$ 0,89	\$ 79.268,01
2	\$ 94.003,70	\$ 0,80	\$ 74.939,17
3	\$ 99.802,95	\$ 0,71	\$ 71.037,77
4	\$ 104.940,45	\$ 0,64	\$ 66.691,55
5	\$ 113.150,66	\$ 0,57	\$ 64.204,72
6	\$ 110.276,61	\$ 0,51	\$ 55.869,56
7	\$ 124.605,90	\$ 0,45	\$ 56.365,38
8	\$ 132.485,29	\$ 0,40	\$ 53.508,59
9	\$ 140.220,17	\$ 0,36	\$ 50.564,80
10	\$ 148.710,65	\$ 0,32	\$ 47.880,85
<b>Total</b>			620.330,41
<b>Inversión (-)</b>			376.572,87
<b>VAN</b>			<b>243.757,54</b>

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** El Autor

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n} = \frac{1}{(1+0.12)^1} = 0,89$$

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n} = \frac{1}{(1+0.12)^2} = 0,80$$

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n} = \frac{1}{(1+0.12)^3} = 0,71$$

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n} = \frac{1}{(1+0.12)^4} = 0,64$$

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n} = \frac{1}{(1+0.12)^5} = 0,57$$

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n} = \frac{1}{(1+0.12)^7} = 0,45$$

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n} = \frac{1}{(1+0.12)^8} = 0,40$$

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n} = \frac{1}{(1+0.12)^9} = 0,36$$

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n} = \frac{1}{(1+0.13)^{10}} = 0,32$$

VAN = Sumatoria Flujo Neto – Inversión

VAN= 620.330,41 – 376.572,87

VAN= **243.757,54**

En vista a que el VAN es mayor que cero, el presente proyecto es conveniente.

### **TASA INTERNA DE RETORNO**

En los cálculos de factibilidad de un proyecto es necesario buscar un indicador que permita la certeza del valor de la moneda en el futuro, el mismo que debe estar con relación a la cantidad de dinero que dispondrá una vez concluida la vida útil, en este caso diez años, para ello es

conveniente calcular la tasa interna de retorno a la cual estará sujeta el proyecto.

La tasa interna de retorno calculada es de 24,83 % lo cual indica que si es factible realizarlo al proyecto.

Los criterios para la toma de decisiones son las siguientes:

### CUADRO Nº 76

#### TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO %	VALOR ACTUAL	FACTOR DE DESCUENTO %	VALOR ACTUAL
		<b>24,70</b>	<b>TM</b>	<b>25,00</b>	<b>TM</b>
0	\$ 376.572,87		\$ 376.572,87		376.572,87
1	\$ 88.780,18	0,801924619	\$ 71.195,01	0,80000000	71.024,14
2	\$ 94.003,70	0,643083095	\$ 60.452,19	0,64000000	60.162,37
3	\$ 99.802,95	0,515704166	\$ 51.468,80	0,51200000	51.099,11
4	\$ 104.940,45	0,413555867	\$ 43.398,74	0,40960000	42.983,61
5	\$ 113.150,66	0,331640631	\$ 37.525,36	0,32768000	37.077,21
6	\$ 110.276,61	0,265950787	\$ 29.328,15	0,26214400	28.908,35
7	\$ 124.605,90	0,213272483	\$ 26.575,01	0,20971520	26.131,75
8	\$ 132.485,29	0,171028455	\$ 22.658,75	0,16777216	22.227,34
9	\$ 140.220,17	0,137151929	\$ 19.231,47	0,13421773	18.820,03
10	\$ 148.710,65	0,109985508	\$ 16.356,02	0,10737418	15.967,68
<b>VAN Tm</b>			<b>1.616,62</b>	<b>VAN TM</b>	<b>-2.171,27</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** El Autor

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

$$TIR = 12 + 1 \left( \frac{1.616,62}{1.616,62 - (-2.171,27)} \right)$$

$$TIR = 24,83\%$$

### **RELACIÓN BENEFICIO / COSTO**

El indicador beneficio – costo se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto

B/C < 1 se debe rechazar el proyecto

**CUADRO Nº 77**  
**RELACION BENEFICIO / COSTO**

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIGINAL	FACTOR ACT. % 12	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT. % 12	INGRESO ACTUALIZADO
1	\$ 231.524,76	0,8929	\$ 206.718,53	\$ 339.994,71	0,8929	\$ 303.566,71
2	\$ 239.265,13	0,7972	\$ 190.740,70	\$ 357.096,45	0,7972	\$ 284.675,10
3	\$ 246.585,22	0,7118	\$ 175.514,49	\$ 375.058,40	0,7118	\$ 266.959,16
4	\$ 254.165,35	0,6355	\$ 161.526,67	\$ 393.923,84	0,6355	\$ 250.345,72
5	\$ 263.839,23	0,5674	\$ 149.709,46	\$ 413.738,21	0,5674	\$ 234.766,17
6	\$ 276.153,25	0,5066	\$ 139.907,83	\$ 434.549,24	0,5066	\$ 220.156,17
7	\$ 289.086,66	0,4523	\$ 130.768,12	\$ 456.407,06	0,4523	\$ 206.455,38
8	\$ 302.670,63	0,4039	\$ 122.243,59	\$ 479.364,34	0,4039	\$ 193.607,22
9	\$ 316.937,87	0,3606	\$ 114.290,97	\$ 503.476,37	0,3606	\$ 181.558,62
10	\$ 331.922,75	0,3220	\$ 106.870,24	\$ 528.801,23	0,3220	\$ 170.259,84
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.498.290,61</b>	<b>\$ 4.282.409,83</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.312.350,09</b>

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** El Autor

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{2.312.350,09}{1.498.260,61} = 1,54$$

Este valor significa que por cada dólar invertido en la ejecución del proyecto, se obtendrá un beneficio de \$.54 centavos de dólar, lo que ratifica la conveniencia de realizar el presente proyecto.

## PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es la sumatoria de los flujos actualizados hasta cuando se supera la inversión, menos la inversión del proyecto dividido para el último flujo del año en donde se recupera el capital.

El periodo de recuperación de capital, nos sirve para darnos cuenta en que tiempo se espera recuperar el capital

### CUADRO N° 78

#### PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 12%	VALOR ACTUALIZADO	FLUJO ACTUALIZADO ACUMULADO
0	376.572,87			
1	\$ 106.536,21	0,8928571	\$ 95.121,62	\$ 95.121,62
2	\$ 112.804,44	0,7971939	\$ 89.927,01	\$ 185.048,62
3	\$ 118.978,75	0,7117802	\$ 84.686,72	\$ 269.735,34
4	\$ 126.713,34	0,6355181	\$ 80.528,62	\$ 350.263,96
5	\$ 125.880,79	0,5674269	\$ 71.428,14	\$ 421.692,10
6	\$ 141.447,13	0,5066311	\$ 71.661,52	\$ 493.353,62
7	\$ 150.311,88	0,4523492	\$ 67.993,46	\$ 561.347,08
8	\$ 158.982,34	0,4038832	\$ 64.210,30	\$ 625.557,38
9	\$ 167.479,40	0,3606100	\$ 60.394,75	\$ 685.952,13
10	\$ 169.337,57	0,3219732	\$ 54.522,17	\$ 740.474,30

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** El Autor

$$\text{PRC} = \text{Año anterior a cubrir la Inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Año Supera Inversión}}$$

$$\text{PRC} = 4 + \frac{376.572,870 - 356.141,23}{421.692,10} = \mathbf{5,05}$$

**Años** = 5 años

**Meses** = 0,5 x 12 = 6 = meses

**Días** = 0 días

En consecuencia el periodo en el cual se recupera la inversión será de 5 años, 6 meses y 0 días.

#### **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

Es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que se refiere a la posibilidad de efectuar un proyecto debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro, por ello se toman las variables que representan mayor desconfianza como son los egresos y los ingresos del proyecto. Para decidir sobre la implementación de un proyecto de inversión se considera lo siguiente:

- ✓ Si el coeficiente de sensibilidad es igual a la unidad, el proyecto es indiferente.
- ✓ Si el coeficiente de sensibilidad es mayor a la unidad, el proyecto es sensible; y,

- ✓ Si el coeficiente de sensibilidad es menor a la unidad, el proyecto no es sensible por lo tanto soporta el incremento o decremento analizado.

**Incremento de 19,92% en los Costos:** Las condiciones del Ecuador económicamente hablando hace que los proyectos se evalúen, a más de las variaciones en los presupuestos, considerando hasta cuanto puede soportar los incrementos en los costos, determinados ya sea por factores internos y/o externos de la empresa y para que el empresario tome decisiones sobre la selección de proveedores y personal que permita optimizar los recursos. El cuadro N° 79 señala que el proyecto soporta hasta un 19,92% de incremento en los costos por lo que es factible implementarlo.

**Disminución del 12,42% los Ingresos:** La variación en los ingresos permite dar información a los inversionistas hasta qué punto se pueden tomar políticas de precios frente al a competencia. En el presente caso la sensibilidad del proyecto soporta una disminución del 12,42% de los ingresos.

En los siguientes cuadros se demuestra los procedimientos desarrollados para obtener dichos cálculos

**CUADRO N° 79**  
**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DE COSTOS**

ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 19,06 % EN LOS COSTOS								
Años	Costo T. Original	Costo T. original aumentado % 19,06	Ingreso Original	Actualización				
				Flujo Neto	Factor de Actualización 19,80	Valor Actual	Factor de Actualización 20,00	Valor Actual
0				\$ 376.572,87				
1	\$ 231.524,76	\$ 275.653,38	\$ 339.994,71	\$ 64.341,34	0,834724541	\$ 53.707,29	0,83333333	\$ 53.617,78
2	\$ 239.265,13	\$ 284.869,06	\$ 357.096,45	\$ 72.227,39	0,696765059	\$ 50.325,52	0,69444444	\$ 50.157,91
3	\$ 246.585,22	\$ 293.584,36	\$ 375.058,40	\$ 81.474,04	0,581606894	\$ 47.385,86	0,5787037	\$ 47.149,33
4	\$ 254.165,35	\$ 302.609,26	\$ 393.923,84	\$ 91.314,57	0,485481548	\$ 44.331,54	0,4822531	\$ 44.036,73
5	\$ 263.839,23	\$ 314.126,98	\$ 413.738,21	\$ 99.611,22	0,405243362	\$ 40.366,79	0,4018776	\$ 40.031,52
6	\$ 276.153,25	\$ 328.788,05	\$ 434.549,24	\$ 105.761,18	0,338266579	\$ 35.775,47	0,3348980	\$ 35.419,21
7	\$ 289.086,66	\$ 344.186,58	\$ 456.407,06	\$ 112.220,49	0,282359415	\$ 31.686,51	0,2790816	\$ 31.318,68
8	\$ 302.670,63	\$ 360.359,65	\$ 479.364,34	\$ 119.004,69	0,235692333	\$ 28.048,49	0,2325680	\$ 27.676,69
9	\$ 316.937,87	\$ 377.346,22	\$ 503.476,37	\$ 126.130,14	0,196738175	\$ 24.814,61	0,1938067	\$ 24.444,87
10	\$ 331.922,75	\$ 395.187,22	\$ 528.801,23	\$ 133.614,01	0,164222182	\$ 21.942,38	0,1615056	\$ 21.579,41
<b>Total</b>						\$ 378.384,47	<b>Total</b>	\$ 375.432,11
<b>Inversión (-)</b>						\$ 376.572,87	<b>Inversión (-)</b>	\$ 376.572,87
<b>VAN Tm</b>						\$ 1.811,60	<b>VAN TM</b>	-\$ 1.140,76
						<b>NTIR</b>	<b>19,92</b>	

Fuente: Cuadro N° 67,68,69

Elaborado por: El Autor

<b>TIR del Proyecto</b>	24,8280
1) Diferencia de TIR =	4,91
2) % de Variación =	19,76
<b>3)Sensibilidad</b>	<b>0,9917</b>
Tasa menor	19,80
Tasa mayor	20,00
Diferencia de Tasa	0,20
VAN menor	1.811,60
VAN mayor	-1.140,76
<b>NTIR</b>	<b>19,9227</b>

**CUADRO N° 80**  
**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DE INGRESOS**

<b>ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 12,42% EN LOS INGRESOS</b>								
<b>Años</b>	<b>Ingreso Original</b>	<b>Ingreso original disminuido 12,42</b>	<b>Costo Original</b>	<b>Actualización</b>				
				<b>Flujo Neto</b>	<b>Factor de Actualización 19,80</b>	<b>Valor Actual</b>	<b>Factor de Actualización 20,00</b>	<b>Valor Actual</b>
0				\$ 376.572,87				
1	\$ 339.994,71	\$ 297.767,37	\$ 231.524,76	\$ 66.242,61	0,83	\$ 55.294,33	0,83	\$ 55.202,18
2	\$ 357.096,45	\$ 312.745,07	\$ 239.265,13	\$ 73.479,94	0,70	\$ 51.198,25	0,69	\$ 51.027,74
3	\$ 375.058,40	\$ 328.476,15	\$ 246.585,22	\$ 81.890,93	0,58	\$ 47.628,33	0,58	\$ 47.390,58
4	\$ 393.923,84	\$ 344.998,50	\$ 254.165,35	\$ 90.833,15	0,49	\$ 44.097,82	0,48	\$ 43.804,57
5	\$ 413.738,21	\$ 362.351,92	\$ 263.839,23	\$ 98.512,69	0,41	\$ 39.921,62	0,40	\$ 39.590,04
6	\$ 434.549,24	\$ 380.578,22	\$ 276.153,25	\$ 104.424,98	0,34	\$ 35.323,48	0,33	\$ 34.971,71
7	\$ 456.407,06	\$ 399.721,31	\$ 289.086,66	\$ 110.634,65	0,28	\$ 31.238,73	0,28	\$ 30.876,10
8	\$ 479.364,34	\$ 419.827,29	\$ 302.670,63	\$ 117.156,66	0,24	\$ 27.612,93	0,23	\$ 27.246,90
9	\$ 503.476,37	\$ 440.944,60	\$ 316.937,87	\$ 124.006,74	0,20	\$ 24.396,86	0,19	\$ 24.033,34
10	\$ 528.801,23	\$ 463.124,11	\$ 331.922,75	\$ 131.201,37	0,16	\$ 21.546,18	0,16	\$ 21.189,75
<b>Total</b>						\$ 378.258,52	<b>Total</b>	\$ 375.332,90
<b>Inversión (-)</b>						\$ 376.572,87	<b>Inversión (-)</b>	\$ 376.572,87
<b>VAN Tm</b>						1.685,65	<b>VAN TM</b>	-\$ 1.239,97
						<b>NTIR</b>	<b>19,92</b>	

Fuente: Cuadro N° 67,68,69

Elaborado por: El Autor

<b>TIR del Proyecto</b>	24,8280
1) Diferencia de TIR =	4,91
2) % de Variación =	19,79
<b>3)Sensibilidad</b>	<b>0,9936</b>

Tasa mayor	20,00
Tasa menor	19,80
Diferencia de Tasa	0,20
VAN menor	1.685,65
VANmayor	-1.239,97
<b>NTIR</b>	<b>19,92</b>

## **h. CONCLUSIONES**

Luego de haber concluido el presente proyecto de factibilidad, se ha llegado a concluir que la implementación del proyecto constituye una alternativa comercialmente viable, existiendo un segmento de mercado interesado en visitarlo.

Luego del análisis de los diferentes estudios realizados, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

En lo correspondiente al estudio de mercado se concluye lo siguiente:

- De la investigación de mercado aplicada a una muestra de 400 personas, integrantes del mercado objetivo, se obtiene los siguientes resultados. La demanda potencial es de 1'557.677 familias que visitan parques de recreación en el año, con un incremento en la población de 3,7% anual.
- La oferta actual del producto es de 592.220 familias que visitan parques de recreación.
- La demanda insatisfecha que sale de la oferta menos la demanda, está en el año base de 724.003 familias , en el quinto años seria de 765.766, y el décimo año seria de 803.958

- Por las condiciones de la empresa y determinadas por el mercado, se utilizara como el canal de distribución el canal directo
- La ciudad de Loja, posee un gran potencial turístico en cuanto a su oferta de atractivos naturales y servicios complementarios. La implementación de este parque, constituye una alternativa válida para incrementar el turismo y mejorar las condiciones socioeconómicas de la comunidad
- Se estableció que el segmento objetivo al cual está dirigido este proyecto lo constituyen las familias del cantón Loja.
- Se pudo determinar que la gente que visita un parque de recreación, en su mayoría lo hace acompañada de sus familiares, obteniendo un promedio de 4 personas por familia.
- Los días de la semana preferidos por las personas para asistir a un parque son los viernes y los fines de semana.
- El promedio de asistencia anual de los interesados en estos servicios es de 29 visitas.

- En cuanto a la preferencia gastronómica se concluyó que los platos más demandados en la zona son: Los platos típicos, y los postres con frutas
- Luego de un análisis costo-beneficio se estableció que el precio de la entrada al parque será: para niños menores a 3 años será gratis, niños a partir de los 3 años y adultos pagarán \$2.00.
- Actualmente no existe competencia directa en el cantón Loja, lo cual nos convertiría en pioneros en este tipo de negocios. En el largo plazo, la entrada de nuevos competidores en lo que respecta al parque es baja, debido al alto costo de la inversión inicial, y a la disponibilidad de terrenos amplios.
- Se concluyó que las instalaciones estarán compuestas por: 1 piscinas para adultos y 1 piscinas para niños, adicionalmente 1 tobogán, área de restaurante, áreas recreativas para niños, cancha de vóley, parqueaderos, cancha de futbol de césped sintético y salón social

En cuanto al estudio Organizacional se extrae las siguientes conclusiones:

- La empresa se constituirá como “Empresa Privada” y la razón social elegida es “LOXA PARK”

Sobre el estudio técnico se presenta las siguientes conclusiones:

- Que la capacidad instalada del proyecto se estableció en 101.886 familias por año, considerando que se laborara todo el año del Martes a Domingo.
- Que se utilizara 100% de la capacidad instalada desde el primer hasta el décimo año con lo cual se cubrirá 14,07% de la demanda insatisfecha.

Del estudio financiero se concluye que:

- El Valor Actual Neto del proyecto sería de \$ **243.757,54**, demostrando que el VAN es positivo y por lo tanto significa que el proyecto es factible.
- En la relación Beneficio – Costo, nos da un valor de \$ 1,54 , esto significa que por cada dólar de inversión se obtendrá \$ ,54 centavos de utilidad
- Se prevé recuperar la inversión del capital en 5 años, 6 meses

- Con la sensibilidad del presente proyecto nos indica que soporta una disminución hasta del 12,42% de los ingresos y un incremento del 19,06% en los costos.
- La tasa de interna de retorno seria de 24,83% Por consiguiente debido a que su valor es mayor que la tasa de costo de oportunidad, contribuye a demostrar la factibilidad del proyecto.

## **i. RECOMENDACIONES**

Para mejor aprovechamiento de los recursos que conlleven a implementar este proyecto se plantea las siguientes recomendaciones:

- En vista de que el VAN, la Tasa Interna de Retorno, la Relación Costo Beneficio y la sensibilidad del proyecto son favorables, se recomienda a las entidades de crédito y la financiación del proyecto, sin poner demasiadas obstáculos para el inversionista
- El Municipio del Cantón debe agilizar el proceso de mejoramiento de la infraestructura y servicios básicos, con el objetivo de disponer de las condiciones y calidad de vida adecuadas tanto para los habitantes del sector Jipíro Alto, como para iniciar la operación del proyecto.
- Es necesario llevar a cabo las actividades de promoción y publicidad por todos los medios que se propone en el estudio, para asegurar la cuota de mercado objetivo estimada en este documento.
- Se recomienda diseñar un programa de afiliación de visitantes, en el cual se ofrezcan beneficios y descuentos a los miembros, a cambio de una cuota fija mensual o anual, de esta manera se podrá contar con un ingreso extra fijo por parte de los afiliados sea que visiten o no el parque durante el mes. Asimismo, se pueden establecer paquetes

promocionales para instituciones educativas o empresas interesadas en realizar actividades de recreación.

- Realizar merchandising de otras compañías o productos de consumo masivo, podría generar ingresos extras para el parque. Adicionalmente se puede implementar en el futuro nuevos servicios como una escuela de fútbol, aprovechando la ausencia de clientes en ciertas horas del día.
- Es muy importante programar talleres de capacitación continua para el personal, para ofrecer un servicio de calidad y seguro a los visitantes

## **j. BIBLIOGRAFÍA**

### **Datos técnicos proporcionados por:**

- *Arq. Dalton Paz “Diseño y Construcciones”*

### **Textos consultados:**

- SAPAG Ch. Nassir, Sapag Ch. Reinaldo; “Preparación y Evaluación de Proyectos”; 2000;
- BACA URBINA GABRIEL; “Evaluación de Proyectos”; 1997
- Enciclopedia Dirección de Marketing y Ventas, Editorial Cultural de ediciones, tomo 2
- DICCIONARIO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS, Océano/Centrun.
- UNL, Modulo IX, Elaboración y Evaluación de Proyectos.

### **Páginas Web**

[http://www.indexmundi.com/es/ecuador/tasa de crecimiento de la produccion industrial.html](http://www.indexmundi.com/es/ecuador/tasa_de_crecimiento_de_la_produccion_industrial.html)

[www.wikipedia.org/wiki/General\\_Villamil](http://www.wikipedia.org/wiki/General_Villamil)

[www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

[www.cfn.fin.ec](http://www.cfn.fin.ec)

[www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

**k. ANEXOS**

**ENCUESTA**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Como egresado de la carrera de Administración de Empresas me encuentro desarrollando el “PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE RECREACIONAL EN LA CIUDAD DE LOJA, CON CANCHAS SINTÉTICAS, PISCINAS, JUEGOS INFANTILES BAJO CUBIERTA, Y AREAS VERDES”, para lo cual le solicitamos se digne contestar las siguientes preguntas:

**A. DATOS GENERALES**

a. ¿De Cuántas personas está conformado su hogar? ( )

**DATOS ESPECÍFICOS**

**1. ¿Visita usted algún lugar de recreación en la ciudad de Loja?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

SI ( )

NO ( )

Si contestó **SI** dígnese especificar qué parque visita con más frecuencia, caso contrario vaya directo a la pregunta 12

Parque

.....

**2. ¿Con que frecuencia al mes, visita un parque recreacional?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Semanal ( )

Quincenal ( )

Mensual ( )

**3. ¿Qué días visita usted un lugar de recreación?**

*Marque con una(X) las respuestas que considere conveniente*

Lunes ( )

Viernes ( )

Martes ( )

Sábado ( )

Miércoles ( )

Domingo ( )

Jueves ( )

**4. ¿Cuál es el precio que usted suele pagar por tener acceso a un lugar de recreación?**

*Marque con una(X) las respuestas que considere conveniente*

- No paga ( )
- De \$ 1 a \$ 3 ( )
- De \$ 5 a \$ 7 ( )
- De \$ 8 a \$ 11 ( )
- Más de \$11 ( ) .....

**5. ¿Al momento de usar un parque de recreación, que es lo primero que toma en cuenta?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

- Seguro ( )
- Limpio ( )
- Ambiente Agradable ( )
- Buenos Juegos ( )
- Lugar Ordenado ( )
- Buena Comida ( )
- Parqueamiento ( )
- Otro ( ) .....

**6. ¿Cuánto dinero emplea aproximadamente, para el consumo de bebidas y alimentos en el lugar de recreación?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

- No gasta ( )
- De \$1 a \$4 ( )
- De \$5 a \$9 ( )
- De \$10 a \$14 ( )
- De \$15 a \$19 ( )
- \$20 o más ( ) .....

**7. ¿Qué deporte o actividad le gustaría practicar dentro de un parque recreacional?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

- Descansar ( )
- Natación ( )
- Vóley ( )
- Ciclismo ( )
- Otros ( ) .....
- Fútbol ( )
- Caminar ( )
- Básquet ( )
- Ninguno ( )

**8. ¿Qué tipo de distracciones, juegos, o entretenimiento para niños le gustaría que existieran en un parque de recreación?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente.*

- Juegos Acuáticos ( )
- Pista de Bicicletas ( )
- Rodaderas ( )
- Pista de patinaje ( )
- Juegos Tradicionales ( )
- Juegos Inflables ( )
- Otros ( ) .....

**9. ¿Qué tipo de comida preferiría que existiera dentro de un parque de recreación?**

*Marque con una(X) las respuestas que considere conveniente*

- Rápida ( )
- Natural ( )
- Vegetariana ( )
- Típica ( )
- Platos Fuertes ( )
- Postres ( )
- Frutas ( )

**10. ¿Hace uso usted de las canchas sintéticas de futbol dentro de un parque de recreación?**

*Marque con una(X) la respuesta o respuestas que considere conveniente*

SI ( )

NO ( )

Si contestó **no** por favor sáltese a la pregunta 16

**11. ¿Cree usted que los juegos inflables, son una buena opción para la diversión de los niños?**

*Marque con una(X) las respuestas que considere conveniente*

Si ( )

No ( )

Si contestó **no** dígnese especificar el por qué?

---

**12. ¿Qué servicio, atractivos, o juegos adicionales le gustaría que se implemente en este centro de recreación?**

*Marque con una(X) las respuestas que considere conveniente*

- Internet ( )
- Área de Descanso ( )
- Juegos de Salón ( )
- Áreas Verdes ( )
- Tenis ( )
- Salón Social ( )
- Fiestas Infantiles ( )
- Otros ( ) \_\_\_\_\_

**13. ¿ Utilizaría usted los servicios de un parque recreacional, en donde existirán juegos para niños, restaurante, áreas verdes, canchas sintéticas, de buena calidad y buen precio, los mismos que serán ofrecidos por una nueva empresa de la ciudad, en el sector de Jipiro Alto?**

*Marque con una(X) la respuesta o respuestas que considere conveniente*

- Si ( )
- No ( )

Si contestó **NO** dígnese especificar porque no?

\_\_\_\_\_

**14. ¿Conoce algún tipo de parque de recreación que ofrezca un servicio parecido al del presente proyecto?**

*Marque con una(X) la respuesta o respuestas que considere conveniente*

- Si ( )
- No ( )

Si contestó **SI** dígnese especificar cual.?

\_\_\_\_\_

**15. ¿Qué medio publicitario usted prefiere?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Televisión ( )  
• Cual .....

Radio ( )

- Cual .....

**Prensa Escrita ( )**

- Cual .....

**Vallas Publicitarias ( )**

**16. En qué horarios usualmente usted tiene acceso a estos medios publicitarios?**

- 7H00 - 12H00 ( )
- 13H00 – 18H00 ( )
- 19H00 en adelante ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO 2

### ENTREVISTA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como egresado de la carrera de Administración de Empresas me encuentro desarrollando el “PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE RECREACIONAL EN LA CIUDAD DE LOJA, CON CANCHAS SINTÉTICAS, PISCINAS, JUEGOS INFANTILES BAJO CUBIERTA, Y AREAS VERDES”, para lo cual le solicitamos se digne contestar las siguientes preguntas:

**1. ¿Cómo se llama el parque recreacional, que está a su cargo?**

.....

**2. ¿Qué días son los de más concurrencia?**

.....

**3. ¿Cuál es el precio que tiene que pagar por tener acceso a este parque de recreación?**

.....

**4. ¿Al momento de usar este parque de recreación, que es lo que la gente toma en cuenta?**

.....

**5. ¿Cuántas personas al mes, visitan este parque de recreación?**

.....

**6. ¿Qué deporte o actividad es la más practicada dentro de este parque?**

.....

**7. ¿Qué tipo de distracciones, son los más utilizados por los niños?**

.....

**8. ¿Qué tipo de comida es la más preferiría por los clientes?**

.....

**9. ¿Dispone de juegos inflables en este lugar de recreación?**

.....

**10. ¿Cree usted, que este parque cumple con las expectativas de sus clientes?**

.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## **ANEXO 3**

### **PROYECTO DE TESIS**

#### **TITULO**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE RECREACIONAL EN LA CIUDAD DE LOJA.”

#### **PROBLEMATICA**

Un angustioso problema se presenta hoy ante la sociedad mundial, son las grandes aglomeraciones urbanas, y esta es una de las dificultades crecientes, que los ciudadanos tienen por qué no disponen de lugares de recreación y en contacto con la naturaleza: tierra, aire libre y sano, vegetales, vida campestre.

La capa espesa de edificaciones, que cubre las ciudades separa cada vez más a sus habitantes, de lo que siempre había sido un lugar de distracción y recreación natural del hombre, y les coloca en condiciones de vida completamente estresante y anormal para la especie humana.

Si observamos lo que sucede en el desarrollo de las grandes poblaciones mundiales, que no están sometidas en su crecimiento, a un plan de conjunto bien establecido, veremos lo siguiente: el núcleo de la gran ciudad crece al compás de la marcha de los negocios y de los intereses materiales de la urbe.

Estos intereses son los que rigen dicho desarrollo: los ciudadanos, en plena actividad industrial y comercial, resuelven de acuerdo con sus instintos los problemas de urbanización, o sea cubriendo con edificios de renta el mayor espacio posible del terreno de que disponen.

Consecuencia de todo ello es que llegan a faltar las áreas o parques que se podrían contar en el interior de la población.

Nuestro país no está lejos esta realidad, el constante crecimiento poblacional y de vivienda, alejado de políticas de regulación y control, han reducido los espacios de recreación tanto públicos como privados.

Los Municipios del país, como el de nuestra ciudad, son los principales actores en el problema tratado, ello por contentarse con la creación de un organismo técnico encargado de la simple plantación de las calles, plazas y jardines, más no en planificar el crecimiento urbano con la debida utilización y creación de áreas de recreación familiar.

En nuestra ciudad en la actualidad es indiscutible el abandono de los parques por parte de las autoridades competentes, lo que conlleva a que existan menos lugares que estén adecuados para compartir en familia.

Existen lugares de recreación en nuestra ciudad, pero que lamentablemente no llegan a cubrir la necesidad de un gran sector de la ciudadanía la cual entre otras cosas requiere:

Seguridad tanto en los juegos, como en las personas.

Buen Ambiente un lugar rodeado de naturaleza, siempre limpio y ordenado

Buen Trato, donde todos las se sientan importantes y bien atendidos

Comida Sana y saludable

Espacios para deporte que estén en buenas condiciones.

Como consecuencia de esto, la demanda de lugares donde se puedan llevar a cabo estas actividades aumenta día a día, llegando a ser considerado actualmente como una alternativa de negocio.

Lo máspreciado que se tiene en nuestra sociedad son los Niños, y como Padres estamos siempre necesitando lugares en donde puedan divertirse de una forma segura y sana. La falta de los factores antes mencionados no permiten a la sociedad de disponer de lugares apropiados de recreación siendo o un problema para la mayoría de las personas en la ciudad de Loja.

## **JUSTIFICACIÓN**

### **Justificación Académica:**

Los conocimientos adquiridos en el transcurso de los diferentes módulos, nos da la capacidad como estudiantes, para realizar el presente proyecto en el cual se pondrá en práctica todos los aspectos relacionados con la empresa.

La realización de este proyecto genera aporte bibliográfico para las actuales o futuras generaciones que se encuentra formándose como profesionales en la carrera de Administración de Empresas.

El desarrollo de este proyecto encaminado con las normas generales de la Universidad Nacional de Loja nos permitirá cumplir con un requisito previo la obtención al título de Ingeniero Comercial.

### **Justificación Social**

El presente trabajo aportará para que las familias de nuestra ciudad tengan un lugar en donde todos sus integrantes puedan compartir momentos agradables, y a su vez interactúen de una manera social, deportiva y cultural con el resto de la sociedad.

## **Justificación Económica**

El desarrollo de esta investigación y ejecución de la misma, generara los respectivos pagos de impuestos que contribuirá a la economía nacional y al desarrollo local, como también la generación de puestos de trabajo, y fomentando a una mejor estabilidad de la sociedad.

La presente investigación se justifica en los réditos económicos que se podrían obtener con la implementación de la empresa, luego de que se vea la factibilidad del presente estudio.

## **Justificación Política:**

El presente trabajo se justifica políticamente, porque la creación de un parque, debe estar en marcado en normas y leyes de los organismos encargados, y regulados por los mismos.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Determinar el estudio de factibilidad para la creación de una parque de recreación familiar en la ciudad de Loja.”

## **Objetivos Específicos**

- Realización del estudio de Mercado para determinar la oferta y la demanda.
- Realización del Estudio Técnico que nos servirá para el análisis macro y micro localización como también las diferentes prestaciones de servicio de la empresa.
- Determinar el Estudio Financiero para obtener los indicadores que permitan determinar la factibilidad financiera del proyecto
- Determinación del Estudio Organizacional, para saber la estructura de la empresa.
- Realización del Estudio Legal. Para determinar las normas que lo rigen en cuanto a la localización, utilización de productos, subproductos patentes, legislación laboral, contratación, prestaciones sociales.

## **METODOLOGÍA**

Para llevar a cabo la ejecución del presente trabajo investigativo será necesario seguir un proceso y lineamientos metodológicos los que me servirán para enfocar el área de investigación.

## **Métodos**

Cada una de las actividades en el proceso de investigación implica el establecimiento de métodos que están en función a la naturaleza del problema planteado, permitiendo la planificación de todas las fases del problema a investigar. Partiendo del método científico utilizaré los siguientes métodos auxiliares.

**Deductivo:** Este método permitirá generalizar conceptos universales para luego llegar a particularizar categorías referentes a los diferentes estudios de la administración, para lo cual, extraeré aspectos teóricos para elaborar la fundamentación teórica pertinente para el desarrollo de la investigación, así como también se podrá conocer en forma eficiente y oportuna los resultados a través de la elaboración de los estados financieros que respalden la situación económica financiera del proyecto.

**Inductivo:** Es un proceso analítico, sintético mediante el cual se parte de un hecho o fenómeno específico para llegar al descubrimiento de un principio general, el cual me permitirá llegar a conclusiones y recomendaciones en base a la evaluación de la documentación

**Analítico:** Posibilitará analizar los diferentes indicadores del mercado, que incidieran en el futuro del proyecto de la empresa.

## **Técnicas**

**Observación:** Es la acción de mirar determinadamente el mercado y todos los factores que afectaran al mismo.

**Entrevista:** Son evidencias que permitirán el contacto interpersonal con el tema a investigar permitiendo obtener una información más personalizada sobre el cliente y sus necesidades

**Encuesta:** Son la formulación de preguntas con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos de los encuestados.

**Revisión Bibliográfica:** Es un instrumento que se lo utilizaremos en toda la investigación, la utilizaremos para recopilar información que me servirá de sustento para elaborar el marco teórico.

### **Muestra poblacional:**

El grupo de personas para quien va dirigido el presente estudio de mercado es para la población urbana de la ciudad de Loja; que según el censo de población y vivienda del 2001 es de 118532.

### **Determinación de la muestra**

Para tomar una muestra que nos sirva para el presente estudio debemos, proyectar la población hasta nuestros días con una tasa de crecimiento poblacional del 2.08%

## Proyección

$$PF = PA(1+r)^n$$

$$PF = 118532(1+0.0208)^9$$

$$PF = \mathbf{142.238}$$
 población urbana actual

El estudio de factibilidad está orientado hacia la familia por lo que debemos saber el número de familias urbanas Lojanas

La familia tiene como promedio de cuatro integrantes por consiguiente la población urbana actual la dividiremos para cuatro.

$$142.238 / 4 = \mathbf{35560}$$
 familias urbanas de Loja

## Muestra

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

$$n = \frac{35560}{1 + (0.05)^2 (35560)}$$

$$n = \frac{35560}{89.9}$$

$$n = 396$$
 encuestas

## Distribución muestral

En primer lugar se determina como segmentación geográfica la ciudad de Loja. En segundo lugar se toma los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), según el censo poblacional del año 2010 se establece que la población existente de la ciudad de Loja es de 214.855 habitantes y como se trata de investigar el servicio de recreación, la misma que es considerada como un producto familiar, entonces el total de

habitantes de divide para cuatro miembros por familia de conformidad con la misma fuente, por lo tanto la población es de 53.713 familias; luego se actualiza la información al año de estudio esto es al año 2011, utilizando la siguiente fórmula:

$$P_f = P_0(1+i)^n$$

En donde:

$P_f$  = población final (2011)

$P_0$  = población inicial (2010=214.855)

$i$  = tasa de crecimiento anual (2,27%)

$n$  = periodo analizado (1 año)

$$P_f = 53.713(1 + 0,027)^1$$

$$P_f = 53.713 (1,027)^1$$

$$P_f = 55.163 \text{ familias.}$$

La población de estudio del presente proyecto está constituida por las 55.163 familias, que habitan en la ciudad de Loja, para el año 2011 a la cual se aplica una tasa de crecimiento anual de 2,27%<sup>26</sup> Por lo tanto el segmento de mercado se constituirán las familias de la ciudad de Loja.

---

<sup>26</sup> Fuente: INEC último periodo interesal de crecimiento a un ritmo promedio anual de 2,27%

### DETERMINACION DEL SEGMENTO DE MERCADO

CANTON	POBLACIÓN AÑO 2010	POBLACIÓN DE FAMILIAS	TCA %	2011
Loja	214855	53713	2,27	55.163
	<i>TOTAL FAMILIAS</i>			55.163

**Fuente:** INEC Censo de Población y Vivienda 2010

**Elaborado por:** El Autor

### DISTRIBUCIÓN GEOGRAFICA DEL MERCADO OBJETIVO

PARROQUIAS URBNAS DE LOJA	FAMILIAS	PARTICIPACIÓN	MUESTRA
Valle	9940	18,02 %	72
Sucre	22480	40,75%	163
Sagrario	4915	8,91 %	36
San Sebastián	17828	32,32%	129
<b>TOTAL</b>	<b>55163</b>	<b>100%</b>	<b>400</b>

Fuente: INEC CENSO EN EL AÑO 2001 Proyección año 2010

## ANEXO 4

### NÚMERO DE VISITAS ANUALES A UN PARQUE RECREACIONAL

PROMEDIO DE VISITAS OBTENIDO MEDIANTE ENCUESTAS A INFORMANTES				
DENOMINACION	INFORMANTES	TIEMPO ( 1 año)		TOTAL AÑO
Visitas Semanal por familia	81	Semanas Año	52	4212
Visitas Quincenal por familia	193	Quincenas Año	26	5018
Visitas Mensual por familia	76	Meses Año	12	912
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>			<b>10.142,00</b>

## ANEXO N° 5

### DEMANDA POTENCIAL

PROMEDIO DE VISITAS OBTENIDO MEDIANTE ENCUESTAS A INFORMANTES		
POBLACION (FAMILIAS) LOJA	PROMEDIO DE VISITAS POR AÑO	DEMANDA POTENCIAL POR AÑO
<b>53.713</b>	<b>29</b>	<b>1'557.677</b>

## ANEXO N° 5.1

### DEMANDA REAL

PROMEDIO DE VISITAS OBTENIDO MEDIANTE ENCUESTAS A INFORMANTES EFECTIVOS				
POBLACION (FAMILIAS) LOJA	PORCENTAJE INFORMANTES POSITIVOS	TOTAL DE FAMILIAS INFERIDAS	PROMEDIO DE VISITAS POR AÑO	DEMANDA REAL POR AÑO
<b>53.713</b>	<b>87,50%</b>	<b>46.999</b>	<b>29</b>	<b>1'362.971</b>

## ANEXO N° 5.2

### DEMANDA EFECTIVA

PROMEDIO DE VISITAS OBTENIDO MEDIANTE ENCUESTAS A INFORMANTES EFECTIVOS DE CONSUMO				
POBLACION (FAMILIAS) INFORMANTES DE CONSUMO REAL	PORCENTAJE INFORMANTES POSITIVOS QUE PREFIEREN EL NUEVO PARQUE RECREACIONAL	POBLACION INFORMANTE DE CONSUMO EFECTIVO	PROMEDIO DE CONSUMO POR AÑO	DEMANDA EFECTIVA POR AÑO
<b>46.999</b>	<b>96,57</b>	<b>45.387</b>	<b>29</b>	<b>1'316.223</b>

## ANEXO N° 5.3

### DEMANDA FUTURA

AÑO	POBLACION FAMILIAS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA ACTUAL O REAL	DEMANDA EFECTIVA	PROMEDIO DE VISITAS ANUAL POR FAMILIA	DEMANDA TOTAL EFECTIVA
	<b>2,27</b>	<b>100%</b>	<b>87,50%</b>	<b>96,57%</b>		
0	53.713	53.713	46.999	45.387	29	1.316.223
1	54.932	54.932	48.066	46.417	29	1.346.101
2	56.179	56.179	49.157	47.471	29	1.376.658
3	57.455	57.455	50.273	48.549	29	1.407.908
4	58.759	58.759	51.414	49.651	29	1.439.867
5	60.093	60.093	52.581	50.778	29	1.472.552
6	61.457	61.457	53.775	51.930	29	1.505.979
7	62.852	62.852	54.995	53.109	29	1.540.165
8	64.278	64.278	56.244	54.315	29	1.575.127
9	65.738	65.738	57.521	55.548	29	1.610.882
10	67.230	67.230	58.826	56.809	29	1.647.449

## ANEXO N° 6

### OFERTA ANUAL DEL SERVICIO

PARQUES DE LA CIUDAD DE LOJA		
PARQUES	Oferta Mensual	Oferta Anual
Parque Jipíro	18.188	218.256
Parque la Banda	10.009	120.108
Parque Pucara	4.086	49.032
Parque Zamora Huayco	2.818	33.816
Parque Daniel Álvarez	5.217	62.604
Parque la Tebaida	9.037	108.444
<b>TOTAL</b>	<b>49.355</b>	<b>592.220</b>

## ANEXO N° 6.1

### PROYECCION DE LA OFERTA PARA 10 AÑOS DE VIDA UTIL DEL PROYECTO

PARQUE RECREACIONALES		
AÑOS	T.C.A	OFERTA PROYECTADA ANUAL
0		592.220
1	3.6%	613.540
2	3.6%	635.627
3	3.6%	658.510
4	3.6%	682.216
5	3.6%	706.776
6	3.6%	732.220
7	3.6%	758.580
8	3.6%	785.889
9	3.6%	814.181
10	3.6%	843.491

## ANEXO N° 7

### DEMANDA INSATISFECHA DEL PROYECTO

DEMANDA INSATISFECHA DEL PROYECTO			
AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
0	1.316.223	592.220	724.003
1	1.346.101	613.540	732.561
2	1.376.658	635.627	741.030
3	1.407.908	658.510	749.398
4	1.439.867	682.216	757.651
5	1.472.552	706.776	765.776
6	1.505.979	732.220	773.759
7	1.540.165	758.580	781.585
8	1.575.127	785.889	789.238
9	1.610.882	814.181	796.701
10	1.647.449	843.491	803.958

## ANEXO N° 8

### GASTO DE PUBLICIDAD

TABLA DE PUBLICIDAD			
MEDIO	NOMBRE	CANTIDAD MENSUAL	VALOR
Televisión	Ecotel tv	60	\$ 600,00
Radio	Súper láser	90	\$ 400,00
Prensa	La hora	12	& 250,00
<b>COSTO DE PUBLICIDAD</b>			<b>\$ 1.250,00</b>

## ANEXO N° 9

### FICHA TECNICA DEL SERVICIO

<b>PRODUCTO</b>	Parque de Recreación "Ioxa Park"
<b>Capacidad</b>	1306 personas
<b>Área Terreno</b>	6000 m <sup>2</sup>
<b>Servicios</b>	Área Cubierta Juegos Inflables Área de Juegos Libres Cancha Sintética de Fútbol Cancha Sintética de Vóley Piscinas Bar- Restaurante Área verde Salón social
<b>Atención</b>	Martes a Domingo
<b>Horario</b>	10:00 a 23:00

## ANEXO N° 10

### CAPACIDAD DE PRODUCCION AL AÑO

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN AL AÑO		
CAPACIDAD DIARIA DE PERSONAS EN EL PARQUE	CAPACIDAD ANUAL DE PERSONAS EN EL PARQUE	CAPACIDAD DE FAMILIAS EN EL PARQUE EL AÑO
1306	407.472.	101.886

## ANEXO N° 10.1

TAMAÑO DEL PARQUE			
SERVICIO	AREA DESTINADA EN METROS	m <sup>2</sup> x persona	Capacidad de Personas
Salón Social	250 m <sup>2</sup>	1.50	167
Piscina Con Tobogán	448 m <sup>2</sup>	5.00	90
Área Con Cubierta Para Juegos Inflables	150 m <sup>2</sup>	5.00	30
Bar - Restaurant	270 m <sup>2</sup>	1.50	180
Área Abierta Juegos Infantiles	110 m <sup>2</sup>	5	22
Cancha De Vóley Con Cubierta	252 m <sup>2</sup>		
	Graderío 95,5 m <sup>2</sup>	1,50	64
	Cancha 156,5 m <sup>2</sup>	-----	6
Cancha Sintética De Futbol	438 m <sup>2</sup>		
	Graderío 50,58 m <sup>2</sup>	1,50	34
	Cancha 387,42 m <sup>2</sup>	-----	12
Parqueaderos	578 m <sup>2</sup>		
Casa Administración (Existente)	78 m <sup>2</sup>	5	16
Senderos	600 m <sup>2</sup>	5	120
Área Verde	2.826 m <sup>2</sup>	5	565
<b>TOTAL</b>	<b>6000 m<sup>2</sup></b>		<b>1306</b>

## ANEXO N° 10.2

### CAPACIDAD UTILIZADA

CAPACIDAD UTILIZADA		
AÑOS	CAPACIDAD UTILIZADA	CAPACIDAD INSTALDA
01 a 10	101.866	101.886

### ANEXO N° 10.3

#### CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN CON RELACION DE LA DEMANDA

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN RELACION DEMANDA		
AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD DE PRODUCCION
0	724.003	101.886
1	732.561	101.886
2	741.030	101.886
3	749.398	101.886
4	757.651	101.886
5	765.776	101.886
6	773.759	101.886
7	781.585	101.886
8	789.238	101.886
9	796.701	101.886
10	803.958	101.886

### ANEXO N° 10.4

#### CAPACIDAD INSTALADA DE LA PLANTA

CAPACIDAD INSTALADA DE LA PLANTA			
DESCRIPCIÓN	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD INSTALDA	PORCENTAJE A CUBRIR LA DEMANDA INSATIFECHA
Familias	724.003	101.886	14,07%

## ANEXO N° 11

### INSUMOS, MATERIALES, SERVICIOS

	MUEBLES Y ENCERES	CANTIDAD
<b>Administración</b>	Escritorio	2
	Sillón	1
	Sillas	4
	Modular	2
	Computadora	2
	Teléfonos	2
<b>Boletería</b>	Silla	1
	Computadora	1
	Teléfono	1
	Modular	1
<b>Restaurant</b>	Cocina Industrial	2
	Congelador	1
	Refrigerador	2
	Mesas	30
	Sillas	150
	Computadora	1
	Equipo de Amplificación	1
	Plasma	1

## ANEXO N° 11.1

### SUMINISTROS

SUMINISTROS, SERVICIO, OTROS GASTOS	UNIDAD
Consumo de Luz	Mensual
Consumo de Agua	Mensual
Consumo de Teléfono	Mensual
Consumo de Internet	Mensual
Combustible	Mensual
Útiles de Oficina	Mensual
Útiles de limpieza	Mensual

## ANEXO N° 11.2

### MANO DE OBRA DIRECTA

MANO DE OBRA DIRECTA	CANTIDAD
Mesero	2
Chef	1
Aux. del Chef	3
Trabajadores	10
<b>Mano de Obra Indirecta</b>	
Gerente	1
Contadora	1
Administrador	1
Jefe de Servicios	1
Guardia	1

## ANEXO N° 11.3

### TERRENO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD m <sup>2</sup>	VALOR UNITARIO	TOTAL
Sector Jipíro alto	\$ 6.000,00	\$ 30,00	\$ 180.000,00
<b>Total</b>			<b>\$ 180.000,00</b>

**ANEXO N° 11.4****CONSTRUCCIONES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD m <sup>2</sup>	V. UNITARIO	V. TOTAL
Casa de 2 plantas de 120 m de construcción	\$ 78	\$ 384,61	\$ 30.000,00
Galpón para Juegos Infantiles Inflables	\$ 150	\$ 100	\$ 15.000,00
Cancha Sintética Fútbol	\$ 438	\$ 84,29	\$ 36.920,00
Cancha Sintética Voleibol	\$ 252	\$ 39,68	\$ 10.000,00
Salón Social	\$ 250	\$ 79,97	\$ 19.994,00
Piscina	\$ 448	\$ 44,64	\$ 20.000,00
Juegos Infantiles área libre	\$ 110	\$ 72,72	\$ 8.000,00
Bar restaurant	\$ 270	\$ 55,55	\$ 15.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 154.914,00</b>

**ANEXO N° 11.5****INVERSION EN MAQUINARIAS Y DE LA PLANTA**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Aspiradora	\$ 200,00	\$ 400,00
1	Equipo de piscina	\$ 650,00	\$ 650,00
6	Motores de aire	\$ 200,00	\$1200,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.250,00</b>

### ANEXO N° 11.6

#### INVERSION DE MUEBLES Y ENSERES DE PLANTA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
15	Mesas de madera	\$ 35	\$ 525,00
3	Mesas tipo mesones	\$125	\$ 375,00
40	Sillas de plástico	\$13	\$ 520,00
3	Standes venta de entradas	\$100	\$ 300,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.720,00</b>

### ANEXO N° 12

#### MOVILIARIO DE LA ADMINISTRACIÓN

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Escritorio tipo Gerente	\$300	\$ 300,00
1	Archivadores de 4 gavetas	\$100	\$100,00
1	Escritorio tipo secretaria	\$120	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 520,00</b>

### ANEXO N° 13

#### VEHICULO

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Camioneta CHEVROLET	\$ 16.500,00	\$ 16.500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 16.500,00</b>

**ANEXO N° 14**

**EQUIPOS DE OFICINA**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Sumadora	\$ 30,00	\$ 30,00
1	Teléfono	\$ 45,00	\$ 45,00
1	Calculadora	\$ 16,00	\$ 16,00
1	Perforadora	\$ 3,80	\$ 3,80
1	Grapadora	\$ 4,20	\$ 4,20
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 99,00</b>

**ANEXO N° 15**

**INVERSION EN EQUIPOS DE CÓMPUTO**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
2	Computadora	\$ 614,00	\$ 1.228,00
1	Impresora Hp	\$ 88,00	\$ 80,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.308,00</b>

**ANEXO N° 16**

**VALOR DE ACTIVOS FIJOS**

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Terreno	\$ 180.000,00
Construcciones	\$ 154.914,00
Maquinaria y equipo	\$ 2.250,00
Muebles y enseres	\$ 2.240,00
Vehículo	\$ 16.500,00
Equipo de Computación	\$ 1.308,00
Equipo de oficina	\$ 99,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 357.311,00</b>

**ANEXO N° 16.1**

**DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS**

<b>DETALLE</b>	<b>% DEPREC</b>	<b>VIDA ÚTIL (años)</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>DEPRECIACION</b>
Maquinaria y Equipo	10	10	\$ 2.250,00	\$ 225,00	\$ 202,50
Muebles y enseres	10	10	\$ 2.240,00	\$ 224,00	\$ 201,60
Vehículo	20	5	\$ 16.500,00	\$ 3.300,00	\$ 2.640,00
Equipo de oficina	10	10	\$ 99,00	\$ 9,90	\$ 8,91
Construcciones	5	10	\$154.914,00	\$ 7.745,70	\$ 14.716,83
Equipo de Computación	33	3	\$ 1.308,00	\$ 431,64	\$ 292,12
<b>Total</b>				<b>\$ 11.936,24</b>	<b>\$ 18.061,96</b>

**ANEXO N° 16.2**

**ACTIVOS DIFERIDOS**

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Elaboración del proyecto	\$ 1.200,00
Registro sanitario	\$ 300,00
Permiso de funcionamiento	\$ 300,00
Gastos organizativos	\$ 1.000,00
Imprevistos	\$ 500,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.300,00</b>

### ANEXO N° 16.3

#### PAGO MANO DE OBRA DIRECTA

RUBRO	OPER 1	OPER 2	OPER 3	OPER 4	OPER 5	OPER 6	OPER 7	OPER 8	OPER 9	OPER 10	OPER 11	OPER 12	OPER 13	OPER 14	OPER 15	OPER 16
Sueldo Básico	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00
Aporte Patronal (11.15%)	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46	\$ 35,46
Aporte IEES - SECAP (1%)	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18	\$ 3,18
Décimo tercero	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50
Décimo Cuarto	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50
Vacaciones	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25	\$ 13,25
<b>Total</b>	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89	\$ 422,89
<b>Total Nomina Mensual</b>																<b>\$ 6.766,19</b>
<b>Total Nomina Anual</b>																<b>\$ 81.194,30</b>

**ANEXO N° 16,4**

**SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO**

<b>RUBRO</b>	<b>GERENTE</b>	<b>SECRETARIA CONTADORA</b>	<b>ADMINIS- TRADOR</b>	<b>JEFE DE SERVI- CIOS</b>	<b>GUAR- DIAN</b>
Sueldo Básico	\$ 1.000,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 450,00
Aporte Patronal (11.15%)	\$ 111,50	\$ 66,90	\$ 66,90	\$ 66,90	\$ 50,18
Aporte IEES - SECAP (1%)	\$ 10,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 4,50
Décimo tercero	\$ 24,33	\$ 24,33	\$ 24,33	\$ 24,33	\$ 37,50
Décimo Cuarto	\$ 83,33	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 37,50
Vacaciones	\$ 12,17	\$ 12,17	\$ 12,17	\$ 12,17	\$ 18,75
<b>Total</b>	<b>\$ 1.241,33</b>	<b>\$ 759,40</b>	<b>\$ 759,40</b>	<b>\$ 759,40</b>	<b>\$ 598,43</b>
<b>Total Nomina Mensual</b>					<b>\$ 4.117,96</b>
<b>Total Nomina Anual</b>					<b>\$ 49.415,50</b>

**ANEXO N° 16.5**

**SERVICIOS BÁSICOS PARA LA PRODUCCIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Agua (metros cúbicos)	\$ 700	\$ 8.400,00
Luz (Kilovatios)	\$ 1.100,00	\$ 13.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.800,00</b>	<b>\$ 21.600,00</b>

## ANEXO N° 16.6

### SERVICIOS BÁSICOS PARA LA ADMINISTRACIÓN

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono (minutos)	\$ 150,00	\$1.800,00
Agua (metros cúbicos)	\$ 25,00	\$ 300,00
Luz (Kilovatios)	\$ 40,00	\$ 480,00
Internet	\$ 60,00	\$ 720,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 215,00</b>	<b>\$ 2.580,00</b>

## ANEXO N° 16.7

### MATERIALES DE ASEO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Escobas	Unidad	5	\$ 2,50	\$ 12,50
Trapeador	Unidad	5	\$ 2,00	\$ 10,00
Papel Higiénico	Paquete	100	\$ 3,95	\$ 395,00
Desinfectante	Galón	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Detergente	Kilos	20	\$ 2,71	\$ 54,20
Jaboncillos	Unidad	40	\$ 0,75	\$ 30,00
Franelas	Metro	20	\$ 1,50	\$ 30,00
Fundas de basura	Paquete	300	\$ 1,00	\$ 300,00
Recogedor de basura	Unidad	6	\$ 1,50	\$ 9,00
Balde escurridor	Unidad	6	\$ 3,95	\$ 23,70
Basurero	Unidad	20	\$ 4,50	\$ 90,00
Toalla	Unidad	100	\$ 4,25	\$ 425,00
<b>Total Mensual</b>				<b>\$ 1.429,40</b>
<b>Total Anual</b>				<b>\$ 17.152,80</b>

**ANEXO N° 38****SUMINISTROS DE OFICINA**

<b>CAN</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
12	Resma de papel bond	\$3,00	\$ 36,00	\$ 432,00
6	Caja de esferos color negro Bic 24 unidades	\$4,00	\$ 24,00	\$ 288,00
6	Caja de lápiz Mongol 24 unidades	\$3,00	\$ 18,00	\$ 216,00
6	Borradores	\$0,10	\$ 0,60	\$ 7,20
4	Cuaderno espiral grande de 100 hojas a cuadro	\$1,20	\$ 4,80	\$ 57,60
6	Carpetas (archivadores)	\$2,08	\$ 12,48	\$ 149,76
3	Cuaderno para apuntes contables	\$2,08	\$ 6,24	\$ 74,88
20	Carpetas Folder	\$0,20	\$ 4,00	\$ 48,00
5	Correctores	\$2,00	\$ 1,80	\$ 21,60
4	Sellos	\$5,00	\$ 20,00	\$ 240,00
12	Tinta de impresión	\$18,50	\$ 222,00	\$ 2.664,00
100	Cd's	\$0,25	\$ 25,00	\$ 300,00
12	Clips(Caja)	\$0,20	\$ 2,40	\$ 28,80
12	Grapas(Caja)	\$0,50	\$ 6,00	\$ 72,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 383,32</b>	<b>\$ 4.599,84</b>

**ANEXO N° 17**

**PUBLICIDAD Y PROPAGANDA**

<b>CANT</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNIT</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Paquete publicitario en Ecotel TV	\$ 600	\$ 600,00	\$ 7.200,00
1	Paquete publicitario Súper Laser	\$ 400	\$ 400,00	\$ 4.800,00
1	Paquete publicitario diario la Hora	\$ 250	\$ 250,00	\$ 3.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.250,00</b>	<b>\$ 15,000,00</b>

**ANEXO N° 18**

**TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO**

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
Mano de Obra Directa	\$6.766,19
Sueldo Personal Adm.	\$ 4.117,96
Suministro de Oficina	\$ 383,32
Materiales de Aseo	\$ 1.429,40
Servicios Básicos Adm.	\$ 215,00
Servicios Básicos Pro.	\$ 1.800,00
Publicidad y Propaganda	\$ 1.250,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$15.961,87</b>

**CUADRO Nº 18.1**

**INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO**

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Terreno	\$ 180.000,00
Construcciones	\$ 154.914,00
Maquinaria y Equipo	\$ 2.250,00
Muebles y enseres	\$ 2.240,00
Vehículo	\$ 16.500,00
Equipo de oficina	\$ 99,00
Equipo de Computación	\$ 1.308,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 357.311,00</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Elaboración del proyecto	\$ 1.200,00
Registro sanitario	\$ 300,00
Permiso de funcionamiento	\$ 300,00
Gastos organizativos	\$ 1.000,00
Imprevistos	\$ 500,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 3.300,00</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Mano de obra directa	\$ 6.766,19
Sueldo personal administrativo	\$ 4.117,96
Suministros de oficina	\$ 383,32
Materiales de aseo	\$ 1.429,40
Servicios Básicos Admi	\$ 215,00
Servicios Básicos Prod	\$ 1.800,00
Publicidad y Propaganda	\$ 1.250,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 15.961,87</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 376.572,87</b>

## ANEXO N° 19

### COSTOS TOTALES PARA LOS DIEZ AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>\$ 144.042,40</b>	<b>\$ 150.697,09</b>	<b>\$ 157.352,65</b>	<b>\$ 164.342,98</b>	<b>\$ 171.684,93</b>	<b>\$ 179.396,18</b>	<b>\$ 187.495,30</b>	<b>\$ 196.001,81</b>	<b>\$ 204.936,19</b>	<b>\$ 214.319,98</b>
COSTO PRIMO										
Mano de Obra Directa	\$ 85.278,38	\$ 89.885,75	\$ 94.391,02	\$ 99.122,90	\$ 104.092,79	\$ 109.312,67	\$ 114.795,11	\$ 120.553,31	\$ 126.601,15	\$ 132.953,20
<b>Total de costos primos</b>	<b>\$ 85.278,38</b>	<b>\$ 89.885,75</b>	<b>\$ 94.391,02</b>	<b>\$ 99.122,90</b>	<b>\$ 104.092,79</b>	<b>\$ 109.312,67</b>	<b>\$ 114.795,11</b>	<b>\$ 120.553,31</b>	<b>\$ 126.601,15</b>	<b>\$ 132.953,20</b>
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>										
Depreciaciones	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96
Servicios básicos (producción)	\$ 22.686,48	\$ 23.827,61	\$ 25.026,14	\$ 26.284,95	\$ 27.607,09	\$ 28.995,72	\$ 30.454,21	\$ 31.986,05	\$ 33.594,95	\$ 35.284,78
Materiales de aseo	\$ 18.015,59	\$ 18.921,77	\$ 19.873,53	\$ 20.873,17	\$ 21.923,09	\$ 23.025,83	\$ 24.184,02	\$ 25.400,48	\$ 26.678,13	\$ 28.020,04
<b>Total de gastos de fabricación</b>	<b>\$ 58.764,03</b>	<b>\$ 60.811,34</b>	<b>\$ 62.961,63</b>	<b>\$ 65.220,09</b>	<b>\$ 67.592,14</b>	<b>\$ 70.083,51</b>	<b>\$ 72.700,19</b>	<b>\$ 75.448,50</b>	<b>\$ 78.335,04</b>	<b>\$ 81.366,77</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>\$ 84.080,59</b>	<b>\$ 86.001,85</b>	<b>\$ 87.616,49</b>	<b>\$ 89.177,96</b>	<b>\$ 92.154,30</b>	<b>\$ 96.757,07</b>	<b>\$ 101.591,36</b>	<b>\$ 106.668,82</b>	<b>\$ 112.001,67</b>	<b>\$ 117.602,77</b>
Servicios básicos (operación)	\$ 2.709,77	\$ 2.846,08	\$ 2.989,23	\$ 3.139,59	\$ 3.297,51	\$ 3.463,38	\$ 3.637,59	\$ 3.820,56	\$ 4.012,73	\$ 4.214,57
Sueldos	\$ 51.901,10	\$ 54.829,60	\$ 57.571,54	\$ 60.451,40	\$ 63.476,11	\$ 66.652,97	\$ 69.989,63	\$ 73.494,12	\$ 77.174,88	\$ 81.040,79
Suministros de Oficina	\$ 4.831,21	\$ 5.074,22	\$ 5.329,46	\$ 5.597,53	\$ 5.879,08	\$ 6.174,80	\$ 6.485,39	\$ 6.811,61	\$ 7.154,23	\$ 7.514,09
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 59.442,09</b>	<b>\$ 62.749,90</b>	<b>\$ 65.890,23</b>	<b>\$ 69.188,52</b>	<b>\$ 72.652,71</b>	<b>\$ 76.291,15</b>	<b>\$ 80.112,61</b>	<b>\$ 84.126,28</b>	<b>\$ 88.341,84</b>	<b>\$ 92.769,45</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>										
Publicidad	\$ 15.754,50	\$ 16.546,95	\$ 17.379,26	\$ 18.253,44	\$ 19.171,59	\$ 20.135,92	\$ 21.148,76	\$ 22.212,54	\$ 23.329,83	\$ 24.503,32
<b>Total Gasto de Venta</b>	<b>\$ 15.754,50</b>	<b>\$ 16.546,95</b>	<b>\$ 17.379,26</b>	<b>\$ 18.253,44</b>	<b>\$ 19.171,59</b>	<b>\$ 20.135,92</b>	<b>\$ 21.148,76</b>	<b>\$ 22.212,54</b>	<b>\$ 23.329,83</b>	<b>\$ 24.503,32</b>
<b>GASTO FINANCIEROS</b>										
Interés del préstamo	\$ 8.554,00	\$ 6.375,00	\$ 4.017,00	\$ 1.406,00						
<b>Total Gasto Financiero</b>	<b>\$ 8.554,00</b>	<b>\$ 6.375,00</b>	<b>\$ 4.017,00</b>	<b>\$ 1.406,00</b>						
Prorrateo Gastos Diferidos	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>\$ 228.122,99</b>	<b>\$ 236.698,94</b>	<b>\$ 244.969,14</b>	<b>\$ 253.520,94</b>	<b>\$ 263.839,23</b>	<b>\$ 276.153,25</b>	<b>\$ 289.086,66</b>	<b>\$ 302.670,63</b>	<b>\$ 316.937,87</b>	<b>\$ 331.922,75</b>

**ANEXO N° 20**

**COSTOS FIJOS Y VARIABLES DEL PRIMERO AL QUINTO AÑO**

RUBROS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES								
<b><u>COSTO DE PRODUCCION</u></b>										
COSTO PRIMO										
Mano de Obra Directa		\$ 85.278,38		\$ 89.885,75		\$ 94.391,02		\$ 99.122,90		\$ 104.092,79
<b><u>GASTOS DE FABRICACIÓN</u></b>										
Depreciaciones	\$ 18.061,96		\$ 18.061,96		\$ 18.061,96		\$ 18.061,96		\$ 18.061,96	
Servicios básicos (producción)		\$ 22.686,48		\$ 23.827,61		\$ 25.026,14		\$ 26.284,95		\$ 27.607,09
Materiales de aseo	\$ 18.015,59		\$ 18.921,77		\$ 19.873,53		\$ 20.873,17		\$ 21.923,09	
<b><u>COSTOS DE OPERACIÓN</u></b>										
<b>Gastos Administrativos</b>										
Servicios básicos (operación)	\$ 2.709,77		\$ 2.846,08		\$ 2.989,23		\$ 3.139,59		\$ 3.297,51	
Sueldos	\$ 51.901,10		\$ 54.829,60		\$ 57.571,54		\$ 60.451,40		\$ 63.476,11	
Suministros de Oficina	\$ 4.831,21		\$ 5.074,22		\$ 5.329,46		\$ 5.597,53		\$ 5.879,08	
<b>GASTOS DE VENTA</b>										
Publicidad	\$ 15.754,50		\$ 16.546,95		\$ 17.379,26		\$ 18.253,44		\$ 19.171,59	
<b>GASTO FINANCIEROS</b>										
Interés del préstamo	\$ 8.554,00		\$ 6.375,00		\$ 4.017,00		\$ 1.406,00			
Prorrateo Gastos Diferidos	\$ 330,00		\$ 330,00		\$ 330,00		\$ 330,00		\$ 330,00	
	\$ 120.158,13	\$ 107.964,86	\$ 122.985,58	\$ 113.713,36	\$ 125.551,98	\$ 119.417,16	\$ 128.113,09	\$ 125.407,85	\$ 132.139,35	\$ 131.699,88
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>\$ 228.122,99</b>		<b>\$ 236.698,94</b>		<b>\$ 244.969,14</b>		<b>\$ 253.520,94</b>		<b>\$ 263.839,23</b>	

**ANEXO N° 21**

**COSTOS FIJOS Y VARIABLES DEL SEXTO AL DECIMO AÑO**

RUBROS	AÑO 6		AÑO 7		AÑO 8		AÑO 9		AÑO 10	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES								
<b><u>COSTO DE PRODUCCION</u></b>										
COSTO PRIMO										
Mano de Obra Directa		\$ 109.312,67		\$ 114.795,11		\$ 120.553,31		\$ 126.601,15		\$ 132.953,20
<b><u>GASTOS DE FABRICACIÓN</u></b>										
Depreciaciones	\$ 18.061,96		\$ 18.061,96		\$ 18.061,96		\$ 18.061,96		\$ 18.061,96	
Servicios básicos (producción)		\$ 28.995,72		\$ 30.454,21		\$ 31.986,05		\$ 33.594,95		\$ 35.284,78
Materiales de aseo	\$ 23.025,83		\$ 24.184,02		\$ 25.400,48		\$ 26.678,13		\$ 28.020,04	
<b><u>COSTOS DE OPERACIÓN</u></b>										
<b>Gastos Administrativos</b>										
Servicios básicos (operación)	\$ 3.463,38		\$ 3.637,59		\$ 3.820,56		\$ 4.012,73		\$ 4.214,57	
Sueldos	\$ 66.652,97		\$ 69.989,63		\$ 73.494,12		\$ 77.174,88		\$ 81.040,79	
Suministros de Oficina	\$ 6.174,80		\$ 6.485,39		\$ 6.811,61		\$ 7.154,23		\$ 7.514,09	
<b>GASTOS DE VENTA</b>										
Publicidad	\$ 20.135,92		\$ 21.148,76		\$ 22.212,54		\$ 23.329,83		\$ 24.503,32	
<b>GASTO FINANCIEROS</b>										
Interés del préstamo										
Prorrateo Gastos Diferidos	\$ 330,00		\$ 330,00		\$ 330,00		\$ 330,00		\$ 330,00	
	\$ 137.844,86	\$ 138.308,39	\$ 143.837,35	\$ 145.249,31	\$ 150.131,26	\$ 152.539,36	\$ 156.741,76	\$ 160.196,11	\$ 163.684,77	\$ 168.237,98
<b><u>TOTAL DE COSTOS</u></b>	<b>\$ 276.153,25</b>		<b>\$ 289.086,66</b>		<b>\$ 302.670,63</b>		<b>\$ 316.937,87</b>		<b>\$ 331.922,75</b>	

**ANEXO N° 22**

**DETERMINACIÓN SEMANAL DE ASISTENCIA AL PARQUE**

<b>CAPACIDAD CON PORCENTAJE DE VISITAS SEMANA</b>		
<b>DIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PERSONAS</b>
Martes	0,57 %	90
Miércoles	2,57%	120
Jueves	2,29%	170
Viernes	4,86%	380
Sábado	40,29%	1.306
Domingo	48,57%	1.306
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>\$ 3.372</b>

**ANEXO N° 22.1**

**DETERMINACION DE LOS INGRESOS**

<b>DETERMINACION DE LOS INGRESOS</b>		
<b>CAPACIDAD ANUAL</b>	<b>PRECIO</b>	<b>2011</b>
161856	\$ 2	\$ 323.712,00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>\$ 323.712,00</b>

## ANEXO N° 23

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO										
AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>INGRESOS</b>										
Ventas	\$ 339.994,71	\$ 357.096,45	\$ 375.058,40	\$ 393.923,84	\$ 413.738,21	\$ 434.549,24	\$ 456.407,06	\$ 479.364,34	\$ 503.476,37	\$ 528.801,23
<b>Total de Ingresos</b>	<b>\$ 339.994,71</b>	<b>\$ 357.096,45</b>	<b>\$ 375.058,40</b>	<b>\$ 393.923,84</b>	<b>\$ 413.738,21</b>	<b>\$ 434.549,24</b>	<b>\$ 456.407,06</b>	<b>\$ 479.364,34</b>	<b>\$ 503.476,37</b>	<b>\$ 528.801,23</b>
<b>EGRESOS</b>										
Costos de Producción	\$ 144.042,40	\$ 150.697,09	\$ 157.352,65	\$ 164.342,98	\$ 171.684,93	\$ 179.396,18	\$ 187.495,30	\$ 196.001,81	\$ 204.936,19	\$ 214.319,98
Costos de Operación	\$ 87.482,36	\$ 88.568,04	\$ 89.232,57	\$ 89.822,37	\$ 92.154,30	\$ 96.757,07	\$ 101.591,36	\$ 106.668,82	\$ 112.001,67	\$ 117.602,77
<b>Total de Egresos</b>	<b>\$ 231.524,76</b>	<b>\$ 239.265,13</b>	<b>\$ 246.585,22</b>	<b>\$ 254.165,35</b>	<b>\$ 263.839,23</b>	<b>\$ 276.153,25</b>	<b>\$ 289.086,66</b>	<b>\$ 302.670,63</b>	<b>\$ 316.937,87</b>	<b>\$ 331.922,75</b>
<b>Utilidad Gravable</b>	<b>\$ 108.469,95</b>	<b>\$ 117.831,32</b>	<b>\$ 128.473,18</b>	<b>\$ 139.758,49</b>	<b>\$ 149.898,98</b>	<b>\$ 158.395,99</b>	<b>\$ 167.320,40</b>	<b>\$ 176.693,71</b>	<b>\$ 186.538,50</b>	<b>\$ 196.878,48</b>
15% Para Trabajadores	\$ 16.270,49	\$ 17.674,70	\$ 19.270,98	\$ 20.963,77	\$ 22.484,85	\$ 23.759,40	\$ 25.098,06	\$ 26.504,06	\$ 27.980,78	\$ 29.531,77
Utilidad Antes de Impuestos (UAI)	\$ 92.199,46	\$ 100.156,62	\$ 109.220,20	\$ 118.794,71	\$ 127.414,13	\$ 134.636,59	\$ 142.222,34	\$ 150.189,66	\$ 158.557,73	\$ 167.346,71
25% Impuesto a la Renta	\$ 23.049,87	\$ 25.039,16	\$ 27.300,55	\$ 29.698,68	\$ 31.853,53	\$ 33.659,15	\$ 35.555,59	\$ 37.547,41	\$ 39.639,43	\$ 41.836,68
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 69.149,60</b>	<b>\$ 75.117,47</b>	<b>\$ 81.901,65</b>	<b>\$ 89.096,04</b>	<b>\$ 95.560,60</b>	<b>\$ 100.977,44</b>	<b>\$ 106.666,76</b>	<b>\$ 112.642,24</b>	<b>\$ 118.918,29</b>	<b>\$ 125.510,03</b>

## ANEXO N° 24

### FLUJO DE CAJA

DENOMINACION	PERIODOS										
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>INGRESOS</b>											
Ingreso por ventas		\$ 339.994,71	\$ 357.096,45	\$ 375.058,40	\$ 393.923,84	\$ 413.738,21	\$ 434.549,24	\$ 456.407,06	\$ 479.364,34	\$ 503.476,37	\$ 528.801,23
Capital propio	\$ 210.000,00										
Crédito	\$ 166.572,87										
Valor Residual				\$ 292,12		\$ 2.640,00	\$ 292,12			\$ 292,12	\$ 2.640,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 376.572,87</b>	<b>\$ 339.994,71</b>	<b>\$ 357.096,45</b>	<b>\$ 375.350,52</b>	<b>\$ 393.923,84</b>	<b>\$ 416.378,21</b>	<b>\$ 434.841,36</b>	<b>\$ 456.407,06</b>	<b>\$ 479.364,34</b>	<b>\$ 503.768,49</b>	<b>\$ 531.441,23</b>
<b>EGRESOS</b>											
Activo fijo	\$ 357.311,00										
Activo diferido	\$ 3.300,00										
Activo circulante	\$ 15.961,87										
Reinversiones				\$ 1.308,00		\$ 16.500,00	\$ 1.308,00			\$ 1.308,00	\$ 16.500,00
Costos totales de producción		\$ 144.042,40	\$ 150.697,09	\$ 157.352,65	\$ 164.342,98	\$ 171.684,93	\$ 179.396,18	\$ 187.495,30	\$ 196.001,81	\$ 204.936,19	\$ 214.319,98
Depreciaciones		\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96	\$ 18.061,96
Amortización Activos Diferidos		\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 330,00
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 376.572,87</b>	<b>\$ 162.434,36</b>	<b>\$ 169.089,05</b>	<b>\$ 177.052,61</b>	<b>\$ 182.734,94</b>	<b>\$ 206.576,89</b>	<b>\$ 199.096,14</b>	<b>\$ 205.887,26</b>	<b>\$ 214.393,77</b>	<b>\$ 224.636,15</b>	<b>\$ 249.211,94</b>
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 177.560,35</b>	<b>\$ 188.007,40</b>	<b>\$ 198.297,91</b>	<b>\$ 211.188,89</b>	<b>\$ 209.801,32</b>	<b>\$ 235.745,22</b>	<b>\$ 250.519,81</b>	<b>\$ 264.970,57</b>	<b>\$ 279.132,33</b>	<b>\$ 282.229,29</b>
<b>15% Trabajadores</b>		\$ 26.634,05	\$ 28.201,11	\$ 29.744,69	\$ 31.678,33	\$ 31.470,20	\$ 35.361,78	\$ 37.577,97	\$ 39.745,59	\$ 41.869,85	\$ 42.334,39
<b>25% Imp. Renta</b>		\$ 44.390,09	\$ 47.001,85	\$ 49.574,48	\$ 52.797,22	\$ 52.450,33	\$ 58.936,31	\$ 62.629,95	\$ 66.242,64	\$ 69.783,08	\$ 70.557,32
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 106.536,21</b>	<b>\$ 112.804,44</b>	<b>\$ 118.978,75</b>	<b>\$ 126.713,34</b>	<b>\$ 125.880,79</b>	<b>\$ 141.447,13</b>	<b>\$ 150.311,88</b>	<b>\$ 158.982,34</b>	<b>\$ 167.479,40</b>	<b>\$ 169.337,57</b>

**ANEXO N° 25****VALOR ACTUAL NETO**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACT. ACTUL.12%</b>	<b>FLUJO DESCONTADO</b>
0	\$ 376.572,87		
1	\$ 106.536,21	\$ 0,89	\$ 95.121,62
2	\$ 112.804,44	\$ 0,80	\$ 89.927,01
3	\$ 118.978,75	\$ 0,71	\$ 84.686,72
4	\$ 126.713,34	\$ 0,64	\$ 80.528,62
5	\$ 125.880,79	\$ 0,57	\$ 71.428,14
6	\$ 141.447,13	\$ 0,51	\$ 71.661,52
7	\$ 150.311,88	\$ 0,45	\$ 67.993,46
8	\$ 158.982,34	\$ 0,40	\$ 64.210,30
9	\$ 167.479,40	\$ 0,36	\$ 60.394,75
10	\$ 169.337,57	\$ 0,32	\$ 54.522,17
		<b>Total</b>	740.474,30
		<b>Inversión (-)</b>	376.572,87
		<b>VAN</b>	<b>363.901,43</b>

**ANEXO N° 26**

**TASA INTERNA DE RETORNO**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACTOR DE DESCUENTO %</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>	<b>FACTOR DE DESCUENTO %</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>
		<b>30,30</b>	<b>TM</b>	<b>30,60</b>	<b>TM</b>
0	\$ 376.572,87		\$ 376.572,87		376.572,87
1	\$ 106.536,21	0,767459708	\$ 81.762,25	0,76569678	81.574,43
2	\$ 112.804,44	0,588994404	\$ 66.441,18	0,58629157	66.136,29
3	\$ 118.978,75	0,452029473	\$ 53.781,90	0,44892157	53.412,12
4	\$ 126.713,34	0,346914408	\$ 43.958,68	0,34373780	43.556,16
5	\$ 125.880,79	0,266242830	\$ 33.514,86	0,26319893	33.131,69
6	\$ 141.447,13	0,204330645	\$ 28.901,98	0,20153057	28.505,92
7	\$ 150.311,88	0,156815537	\$ 23.571,24	0,15431131	23.194,82
8	\$ 158.982,34	0,120349606	\$ 19.133,46	0,11815567	18.784,67
9	\$ 167.479,40	0,092363474	\$ 15.468,98	0,09047142	15.152,10
10	\$ 169.337,57	0,070885245	\$ 12.003,54	0,06927368	11.730,64
<b>VAN Tm</b>			<b>1.965,20</b>	<b>VAN TM</b>	<b>-1.394,02</b>

**ANEXO N° 27**

**RELACION BENEFICIO/COSTO**

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIGINAL	FACTOR ACT. % 12	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT. % 12	INGRESO ACTUALIZADO
1	\$ 231.524,76	0,8929	\$ 206.718,53	\$ 339.994,71	0,8929	\$ 303.566,71
2	\$ 239.265,13	0,7972	\$ 190.740,70	\$ 357.096,45	0,7972	\$ 284.675,10
3	\$ 246.585,22	0,7118	\$ 175.514,49	\$ 375.058,40	0,7118	\$ 266.959,16
4	\$ 254.165,35	0,6355	\$ 161.526,67	\$ 393.923,84	0,6355	\$ 250.345,72
5	\$ 263.839,23	0,5674	\$ 149.709,46	\$ 413.738,21	0,5674	\$ 234.766,17
6	\$ 276.153,25	0,5066	\$ 139.907,83	\$ 434.549,24	0,5066	\$ 220.156,17
7	\$ 289.086,66	0,4523	\$ 130.768,12	\$ 456.407,06	0,4523	\$ 206.455,38
8	\$ 302.670,63	0,4039	\$ 122.243,59	\$ 479.364,34	0,4039	\$ 193.607,22
9	\$ 316.937,87	0,3606	\$ 114.290,97	\$ 503.476,37	0,3606	\$ 181.558,62
10	\$ 331.922,75	0,3220	\$ 106.870,24	\$ 528.801,23	0,3220	\$ 170.259,84
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.498.290,61</b>	<b>\$ 4.282.409,83</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.312.350,09</b>

**ANEXO N° 28****PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 12%</b>	<b>VALOR ACTUALIZADO</b>	<b>FLUJO ACTUALIZADO ACUMULADO</b>
0	376.572,87			
1	\$ 106.536,21	0,8928571	\$ 95.121,62	\$ 95.121,62
2	\$ 112.804,44	0,7971939	\$ 89.927,01	\$ 185.048,62
3	\$ 118.978,75	0,7117802	\$ 84.686,72	\$ 269.735,34
4	\$ 126.713,34	0,6355181	\$ 80.528,62	\$ 350.263,96
5	\$ 125.880,79	0,5674269	\$ 71.428,14	\$ 421.692,10
6	\$ 141.447,13	0,5066311	\$ 71.661,52	\$ 493.353,62
7	\$ 150.311,88	0,4523492	\$ 67.993,46	\$ 561.347,08
8	\$ 158.982,34	0,4038832	\$ 64.210,30	\$ 625.557,38
9	\$ 167.479,40	0,3606100	\$ 60.394,75	\$ 685.952,13
10	\$ 169.337,57	0,3219732	\$ 54.522,17	\$ 740.474,30

## ANEXO N° 29

### ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DE COSTOS

ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 14,96 % EN LOS COSTOS									
Años	Costo T. Original	Costo T. original aumentado % 14,30	Ingreso Original	Actualización					
				Flujo Neto	Factor de Actualización 23,00	Valor Actual	Factor de Actualización 23,50	Valor Actual	
0				\$ 376.572,87					
1	\$ 231.524,76	\$ 264.632,80	\$ 339.994,71	\$ 75.361,91	0,813008130	\$ 61.269,85	0,8097166	\$ 61.021,79	
2	\$ 239.265,13	\$ 273.480,04	\$ 357.096,45	\$ 83.616,41	0,660982220	\$ 55.268,96	0,6556410	\$ 54.822,34	
3	\$ 246.585,22	\$ 281.846,91	\$ 375.058,40	\$ 93.211,49	0,537383918	\$ 50.090,36	0,5308834	\$ 49.484,43	
4	\$ 254.165,35	\$ 290.510,99	\$ 393.923,84	\$ 103.412,84	0,436897495	\$ 45.180,81	0,4298651	\$ 44.453,57	
5	\$ 263.839,23	\$ 303.309,57	\$ 413.738,21	\$ 112.169,97	0,355201215	\$ 39.842,91	0,3480689	\$ 39.042,88	
6	\$ 276.153,25	\$ 317.465,77	\$ 434.549,24	\$ 118.906,08	0,288781476	\$ 34.337,87	0,2818372	\$ 33.512,15	
7	\$ 289.086,66	\$ 332.334,03	\$ 456.407,06	\$ 125.981,01	0,234781688	\$ 29.578,03	0,2282082	\$ 28.749,90	
8	\$ 302.670,63	\$ 347.950,15	\$ 479.364,34	\$ 133.414,81	0,190879421	\$ 25.465,57	0,1847840	\$ 24.652,37	
9	\$ 316.937,87	\$ 364.351,77	\$ 503.476,37	\$ 141.216,39	0,155186521	\$ 21.914,88	0,1496227	\$ 21.129,17	
10	\$ 331.922,75	\$ 381.578,39	\$ 528.801,23	\$ 149.413,53	0,126167903	\$ 18.851,19	0,1211520	\$ 18.101,74	
						<b>Total</b>	\$ 381.800,43	<b>Total</b>	\$ 374.970,35
						<b>Inversión (-)</b>	\$ 376.572,87	<b>Inversión (-)</b>	\$ 376.572,87
						<b>VAN Tm</b>	\$ 5.227,56	<b>VAN TM</b>	-\$ 1.602,52
						<b>NTIR</b>		<b>23,38</b>	

**ANEXO N° 30**

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DE INGRESOS**

<b>ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 9,70% EN LOS INGRESOS</b>								
<b>Años</b>	<b>Ingreso Original</b>	<b>Ingreso original disminuido 9,35</b>	<b>Costo Original</b>	<b>Actualización</b>				
				<b>Flujo Neto</b>	<b>Factor de Actualización 23,00</b>	<b>Valor Actual</b>	<b>Factor de Actualización 23,50</b>	<b>Valor Actual</b>
0				\$ 376.572,87				
1	\$ 339.994,71	\$ 308.205,21	\$ 231.524,76	\$ 76.680,45	0,81	\$ 62.341,83	0,81	\$ 62.089,43
2	\$ 357.096,45	\$ 323.707,93	\$ 239.265,13	\$ 84.442,80	0,66	\$ 55.815,19	0,66	\$ 55.364,16
3	\$ 375.058,40	\$ 339.990,44	\$ 246.585,22	\$ 93.405,22	0,54	\$ 50.194,46	0,53	\$ 49.587,28
4	\$ 393.923,84	\$ 357.091,96	\$ 254.165,35	\$ 102.926,61	0,44	\$ 44.968,38	0,43	\$ 44.244,56
5	\$ 413.738,21	\$ 375.053,68	\$ 263.839,23	\$ 111.214,46	0,36	\$ 39.503,51	0,35	\$ 38.710,29
6	\$ 434.549,24	\$ 393.918,88	\$ 276.153,25	\$ 117.765,64	0,29	\$ 34.008,53	0,28	\$ 33.190,73
7	\$ 456.407,06	\$ 413.733,00	\$ 289.086,66	\$ 124.646,34	0,23	\$ 29.264,68	0,23	\$ 28.445,32
8	\$ 479.364,34	\$ 434.543,77	\$ 302.670,63	\$ 131.873,15	0,19	\$ 25.171,87	0,18	\$ 24.368,05
9	\$ 503.476,37	\$ 456.401,33	\$ 316.937,87	\$ 139.463,46	0,16	\$ 21.642,85	0,15	\$ 20.866,89
10	\$ 528.801,23	\$ 479.358,31	\$ 331.922,75	\$ 147.435,57	0,13	\$ 18.601,64	0,12	\$ 17.862,11
<b>Total</b>						\$ 381.512,94	<b>Total</b>	\$ 374.728,82
<b>Inversión (-)</b>						\$ 376.572,87	<b>Inversión (-)</b>	\$ 376.572,87
<b>VAN Tm</b>						4.940,07	<b>VAN TM</b>	-\$ 1.844,05
							<b>NTIR</b>	<b>23,36</b>

## INDICE

CONTENIDO	PÁGINA
Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	V
Título.....	6
Resumen.....	7
Introducción.....	13
Revisión de literatura.....	17
Materiales y Métodos.....	57
Resultados.....	64
Discusión.....	89
Conclusiones.....	221
Recomendaciones.....	226
Bibliografía.....	228
Anexos.....	229
Índice.....	277