



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

*CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS*

TITULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION Y
DISEÑO DE UN PARQUE TEMATICO INFANTIL EN LA
CIUDAD DE LOJA”

TESIS PREVIA A LA
OBTENCIÓN DE GRADO DE
INGENIERO COMERCIAL.

AUTOR:

CRISTIAN PAUL FLORES RODRIGUEZ

DIRECTOR DE TESIS:

OSCAR GOMEZ CABRERA

LOJA - ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN

Ing. Oscar Gómez Cabrera

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIRECTOR DE TESIS**

CERTIFICA:

Que el trabajo de investigación titulado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA EL DISEÑO Y CREACION DE UN PARQUE TEMATICO INFANTIL EN LA CIUDAD DE LOJA”** de la autoría del Sr. **Cristian Paul Flores Rodríguez**, previo a la obtención de Grado y Título de Ingeniero Comercial, ha sido revisado debidamente en su contenido teórico y práctico, conforme lo establece el reglamento de régimen académico de la Universidad Nacional de Loja, al cumplir con los mismos a entera satisfacción se autoriza su publicación para los trámites correspondientes, por lo que autorizo su presentación y sustentación.

Loja, Septiembre del 2013

Atentamente;



Ing. Oscar Gómez Cabrera

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo CRISTIAN PAUL FLORES RODRIGUEZ, declaro se 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.

Firma:

Autor: *Cristian Paul Flores Rodríguez*

Cédula: *1104768682*

Fecha: *30 de julio 2013*

Teléfono: *072 107521 Celular 0990439681*

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Cristian Paul Flores Rodríguez, declaro ser autor de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION Y DISEÑO DE UN PARQUE TEMATICO INFANTIL EN LA CIUDAD DE LOJA”**, como requisito para obtener el grado de INGENIERO COMERCIAL. ; autorizó al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que confines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con los cuales tenga convenio la Universidad.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 01 días del mes de agosto del dos mil trece, firma el autor

Firma: 

Autor: Cristian Paul Flores Rodríguez

Cédula: 1104768682

Dirección: Epoca Correo electrónico: chrisf@hotmail .es

Teléfono: 072 107521 Celular 0990439681

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: ING. COM. OSCAR GOMEZ CABRERA

Tribunal de Grado: ING. COM. RAMIRO O GUZMAN. Presidente

ING. COM. CARMEN CEVALLOS CUEVA. Vocal

ING. COM. PATRICIO GÓMEZ CABRERA. Vocal

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo, a Dios por ser mi fortaleza, a mi padre, a mi querida madre Ángela Bersabet Rodríguez Ramírez que con sus bendiciones me dio fuerzas para seguir adelante, y sus sabios consejos supo guiar mi camino para superar las adversidades, a mis hermano presentes y ausentes, a mi tía estela Rodríguez Ramírez que siempre han estado apoyándome y demás familiares y amigos, que me brindaron su apoyo incondicional para concluir con éxito el presente trabajo.

Cristian Paul Flores Rodríguez

AGRADECIMIENTO

Uno de los esfuerzos más importantes de nuestra vida constituye los estudios superiores hasta la profesionalización, por ello expreso mi más sincero agradecimiento principalmente a Dios que me ha permitido recorrer este camino académico con éxito y plasmarlo en la presente tesis; y me ha permitido desarrollarla de la mejor manera.

Gracias a la Universidad Nacional de Loja, por haber permitido superarme; al personal Docente de la Carrera de Administración de Empresas del Área Jurídica, Social y Administrativa y un agradecimiento especial a mi director de tesis al Ingeniero; Oscar Gómez Cabrera, que también fue nuestro docente y desde mi paso por las aulas depositó en cada uno de nosotros la confianza, amistad, apoyo, y gracias por brindarnos sus valiosos conocimientos y compartir sus invalorable experiencias.

Así mismo a todas las personas que han colocado su granito de arena, colaborando de la manera más humilde y desinteresada que me han llevado a obtener un gran éxito

Cristian Paul Flores Rodríguez

a. TITULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD
PARA LA CREACIÓN Y DISEÑO
DE UN PARQUE TEMÁTICO
INFANTIL EN LA CIUDAD DE
LOJA”

b. RESUMEN

A través de la realización del presente estudio, se evaluó la factibilidad para el desarrollo de un modelo de **PARQUE TEMÁTICO INFANTIL PARA LA CIUDAD DE LOJA**, como una posible solución ante distintas necesidades de índole, social, cultural, económica y turística presentadas en esta región del país. Y plantear una alternativa para darle solución a las pocas opciones de recreación existentes en la ciudad, se origina posiblemente por la existencia de un bajo nivel de desarrollo de la cultura recreativa en el que se realiza un inadecuado uso del concepto de oferta de centros recreacionales para el disfrute del tiempo libre de los más pequeños, en nuestra ciudad no existen centros que ofrezcan un servicio recreativo para los infantes, es decir que no existe muchos lugares a los que puedan asistir para recrearse en diversas actividades dentro de un solo espacio y ambiente.

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo fue necesario definir mediante investigación de mercado, los aspectos de mayor relevancia al ser considerados para el diseño del parque. Así como, la evaluación correspondiente a los requerimientos técnicos, económicos y financieros necesarios para determinar su factibilidad. A nivel técnico se evaluaron, cuantificaron los equipos, materiales y obras necesarias “para la creación y diseño del parque temático infantil”. Se analizó la tecnología a ser utilizada en el proceso de construcción, se establecieron la capacidad instalada y utilizada.

La metodología que se utilizó para el estudio esta, el método deductivo método que sirvió para la recopilación de información secundaria que tiene relación con el tema, la misma que ayudó como base para estructurar la fundamentación teórica de la presente investigación mientras que el método inductivo se aprovechó para el procesamiento de información recopilada en la aplicación de las encuestas al tamaño de la muestra del total de familias, las que arrojaran información que se usó para poder determinar gustos y preferencias de las personas.

Este proyecto posee una capacidad instalada de 21.900 visitas de personas al año, la capacidad utilizada será de 17.520 visitas al año y el proyecto se lo realizará para un tiempo determinado de 5 años.

El presente proyecto necesita una inversión total de \$36.410,50 contando con un financiamiento por parte de sus accionistas de 45 % del capital lo que da un total de 16.410,50 y el 54 % restante será financiado con un crédito conferido por el Banco de Loja lo que significa un monto de \$ 20.000 al 10,21 % anual.

La evaluación financiera al proyecto, reflejan indicadores financieros positivos. Con una proyección de 5 años se obtiene un Valor Actual Neto de \$ 4.553,21 y una TIR del 14,61%, dando una relación beneficio costo de 1,52 por cada dólar invertido, la inversión se recuperará en un 3 años 6 meses 9 días.

Finalmente se pone en consideración las conclusiones, en el mercado lojano no existe ningún negocio que brinde el servicio como es un parque temático infantil, mercado que posee grandes oportunidades de crecimiento ya que no ha sido explotado aun, y las recomendaciones, es importante ser innovadores con productos nuevos para mantener clientes satisfechos y a gusto, los mismos son considerados el mejor capital que el negocio tiene, las mismas que son necesarias para el éxito de la propuesta.

ABSTRACT

Through the course of this study, we assessed the feasibility of developing a model THEME PARK CITY CHILDREN Loja, as a possible solution to different needs of nature, social, cultural, economic and tourism presented in this region the country. And propose an alternative for solving the few existing recreation options in the city, possibly originated by the existence of a low level of development of recreational culture which makes use of the concept an inadequate supply of recreational centers for the leisure of the smallest in our city there are no service centers providing recreation for infants, namely that there are many places you can go to indulge in various activities within a single space and environment.

For the development of this research work was to be defined by market research, the most important aspects to be considered for the design of the park. As the assessment relevant to the technical, economic and financial resources to determine feasibility. At the technical level were assessed, quantified the equipment, materials and work necessary "for the creation and design of children's theme park." Analyzed the technology to be used in the construction process, the installed capacity is established and used.

The methodology used for this study, the deductive method was used for the collection of secondary information which relates to the subject, the same basis that helped to structure the theoretical foundation of this research while the inductive method advantage for the processing of information collected in the application of surveys to sample size of all families, which would yield information used to determine tastes and preferences of people.

This project has an installed capacity of 21900 people a year visit, the used capacity will be 17520 visits per year and the project will be conducted for a fixed period of five years.

This project requires a total investment of \$ 36,410.50 counting with funding from its shareholders of 45% of capital which gives a total of 16410.50 and

54% will be financed by a loan granted by Banco de Loja which means a total of \$ 20,000 at 10.21% per annum.

The financial evaluation of the project, reflect positive financial indicators. With a 5-year projection yields a net present value of \$ 4,553.21 and an IRR of 14.61%, giving a cost benefit ratio of 1.52 for every dollar invested, the investment will recover by 3 years 6 months 9 days.

Finally you put into consideration the conclusions, lojano market there is no business that provides the service as a children's theme park, a market that pose great opportunities for growth as it has not been exploited yet, and recommendations, it is important to be innovative with new products to keep customers satisfied and at ease, they are considered the best capital that the business has, the same that are necessary for the success of the proposal.

c. INTRODUCCIÒN

Debido a que todos los recursos son limitados, todo proyecto de inversión que se realice debe obedecer a un adecuado y ordenado estudio que permita detectar las variables críticas incidentes en el desarrollo del mismo y que estén acordes con la magnitud del proyecto de manera que no se quede corto y tampoco se sobredimensione, pues ambos extremos acarrearán graves perjuicios para la futura empresa.

Los resultados obtenidos darán la base fundamental para la conformación de la empresa, sirviendo como marco de investigación y proporcionando información a las personas interesadas en el tema de forma clara y precisa, aportando propuestas y soluciones a un problema vivido en la región, como lo es la falta de creación de empresas.

Para realizar el estudio de factibilidad para el desarrollo de un modelo de parque temático en la ciudad de Loja se realizan tres estudios.

El estudio de mercado en donde se define la situación actual del mercado con respecto a la existencia de parques temáticos en la ciudad de Loja y a nivel nacional, siendo necesario el análisis de la oferta del servicio turístico, precio segmentación del mercado, oferta demanda, promoción y comercialización. Asimismo mediante la aplicación de encuestas se precisan aspectos relevantes para el diseño de un parque temático infantil conforme a las expectativas de clientes potenciales.

El estudio técnico, en que se analiza la localización óptima, la distribución de la planta y capacidad, se definen todas las necesidades y requerimientos de maquinaria, mano de obra y estructura organizacional que se profundiza en el estudio organizacional con la finalidad de establecer condiciones para generar mejor rendimiento dentro de las actividades del proyecto, el estudio legal que implica la creación de la empresa misma.

por último el estudio financiero con el objetivo de conocer los costos de inversión, el capital de trabajo, los flujos de fondos, el valor actual neto y la rentabilidad de la inversión. Además se realizará un análisis de sensibilidad para conocer el impacto de los parámetros seleccionados sobre la rentabilidad.

Para mejor comprensión, el siguiente trabajo investigativo consta de una caratula, certificación, autoría, agradecimiento, dedicatoria, tema general del proyecto, resumen, introducción, marco referencial, compuesto de información relacionada con la historia de los parques temáticos, marco teórico, se mostrarán algunos términos relacionados con la investigación, materiales y métodos, desarrollo del proyecto se mostrará el resultado y análisis de las encuestas aplicadas, el análisis de las 4p (producto, precio, plaza y publicidad) basado en el estudio de mercado, el estudio técnico, y el estudio financiero. Evaluación de resultados, en donde se aplicarán los resultados obtenidos y por último, conclusiones y recomendaciones.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

DIAGNÓSTICO

A efectos de eliminar confusiones en torno al tema, se cree necesario delimitar el contenido de conceptos para su total comprensión. Debido a esto a continuación se verán varios términos que se consideran oportunos:

TURISMO DE PARQUES TEMÁTICOS

Es a partir de la existencia de estos recintos, donde mucha gente se dispone a realizar turismo viajando a poblaciones donde pueda encontrar un lugar de distracción con un parque temático como principal atractivo, o el parque temático solamente como motivación principal.

TURISMO CULTURAL

Se lo considera como el traslado de personas que buscan conocer un edificio antiguo, obras de arte o escenario natural excepcional. Es decir, la principal motivación para visitar un lugar está basada en las características patrimoniales del lugar de acuerdo con la percepción que los turistas tengan del concepto de patrimonio.

PATRIMONIO CULTURAL

El Patrimonio Cultural de un país o región está constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidas por las sociedades, resultado de un proceso histórico en donde la producción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a ese país o región.

Según estos autores, en el concepto moderno de Patrimonio Cultural incluye además de los monumentos y manifestaciones del pasado, también lo que se denomina patrimonio vivo, que consisten en las diversas manifestaciones de la cultura popular, las poblaciones o comunidades tradicionales, lenguas indígenas, las artesanías y artes populares, la indumentaria, los

conocimientos, valores, costumbres y tradiciones características de un grupo o cultura.

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.

el parque tematico es el lugar especializado en la satisfaccion de una demanda de ocio y diversion, sobre la base de conseguir el aislamiento del visitante del entorno cotidiano haciendole vivir durante unas horas un undo magico hecho realidad atraves de todos los sentidos. ¹

se trata en definitiva de conseguir que el visitante experimente la vivencia de un mundo irreal hecho realidad.

Importancia

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

¹ CORNEJO, K., FLORES J., RODRÍGUEZ D.,(2007) Tesis de Grado “Propuesta de Equipamiento Turístico en el Sector de Canoa y su Operatividad”,.207 paginas

Características

Muchas podrían ser las características a nombrar de un parque temático, pero aquí solo nombraremos las principales:

- Existencia de un tema que dé lugar a una tematización. Podemos encontrar diferentes
- Existencia de instalaciones que proporcionen ocio y diversión Atracciones y Espectáculos
- Existencia de instalaciones comerciales al rededor del parque Tiendas y Restaurantes
- Lugar donde las familias puedan disfrutar todos juntos (padres, madres, hijos....)
- Altos niveles de calidad
- Acceso Controlado

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, servicios de restaurante y regalos muy desarrollados.²

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

Parques temáticos infantiles

Los factores que ayudaron al crecimiento acelerado de negocios y reconocidos parques infantiles son los siguientes:

- Las restricciones que cada vez más, sufre el juego libre y espontáneo de los más pequeños.
- Las casas son pequeñas y siempre se corre el riesgo de que algo valioso se rompa.
- Las calles de las ciudades, encierran peligros todavía desconocidos en los pueblos, los pequeños dedican cada vez más tiempo de ocio, a ver la televisión y no a actividades extraescolares (normalmente, dirigidas por adultos).

² **STEPHANY NARANJO LARREA (2010)** "Plan de negocios park de diversiones - DREAM LAND en la ciudad de Guayaquil" 105 paginas

- Dificultades de los adultos para brindar a sus hijos, tiempo y espacios para quedarse con los amigos de juegos.

Ante este panorama, los parques infantiles se convierten en el lugar ideal para cubrir en cierta medida esas barreras, proporcionando un espacio seguro de juegos, donde sin la intromisiones de los adultos, todo está pensado para el disfrute de los más pequeños.

Estos parques están configurados para acoger a niños con edades comprendidas entre 1 y 14 años, un amplio arco que garantiza a las empresas gestoras de estos centros, un número importante de usuarios potenciales

El mercado

Los centros de ocio familiar e infantil se perfilan en general como un mercado emergente y con una gran proyección. Se estima que el ocio será la primera industria del futuro y cada día cuenta con una oferta más abundante.

Nuestro producto al reconocerlo claramente será un parque temático infantil, un lugar mágico con mucha diversión y aprendizaje para niños. Diseñado como un parque temático infantil en la ciudad de Loja.

Tendremos juegos para niños que comprendan de 1 a 14 años y un espacio donde se podrán servir alimentos o piqueos como hamburguesas, hotdogs, snacks, y bebidas como cola y agua, una pequeña tarima para espectáculos gratuitos, los fines de semana personas disfrazados realizando caritas pintadas y globo formas, además de que todos quienes entren al parque disfrutarán de una experiencia mágica y única.

La clientela

Los parques infantiles están configurados para acoger a niños con edades comprendidas entre 1 y 14 años. Dentro de este intervalo se suele hacer una

subdivisión dos niveles, de 1 a 4 años, realizando actividades adaptadas a estas edades y reservando una zona para los más pequeños.

No hay que olvidar que los niños y niñas que acudan al parque serán los usuarios, sin embargo, los verdaderos destinatarios serán sus padres. Por ello, habrá que mantener una vigilancia continua y un correcto mantenimiento de las instalaciones para infundir confianza a los padres y madres, ofreciéndoles la posibilidad de poder dejar a sus hijos durante un rato sin ningún peligro.

La competencia

Para estudiar la competencia del negocio, habrá que tener en cuenta los siguientes tipos de competidores:

- **Parques infantiles de ocio:** Se trata de establecimientos del mismo tipo que serán la competencia más directa del negocio. La mayoría de los parques infantiles pertenecen a grandes franquicias (Aventura Park, Camelot Park, Chiqui Park, etc.).
- **Ludotecas:** se diferencian de los anteriores en su intención educativa y cultural. Se trata de educar mediante juegos y juguetes y con la guía de profesionales especializados en la educación a través del juego.
- **Espacios lúdicos creados en establecimientos comerciales:** Se trata de establecimientos que no han sido creados para el público infantil pero que adecuan una zona para este tipo de público (por ejemplo, la zona infantil de Mc Donald's) o cuya finalidad es que los padres puedan realizar las compras tranquilamente (por ejemplo, la zona reservada a niños de Ikea).
- **Parques al aire libre:** son los parques existentes en pueblos y ciudades, consistentes pequeños espacios que han sido acondicionados y equipados para el juego de los niños.

Beneficios económicos

El impacto económico en la región y sobre la conservación del parque son un factor importante en la decisión de desarrollar este concepto; debe convertirse en una iniciativa que complemente las labores conservacionistas del país y; la incorporación de las comunidades en este proyecto debe ser muestra de que se puede lograr el desarrollo económico y social de las personas, compatible con la preservación de las riquezas naturales.³

CONCEPTO DEL MARKETING

Marketing es un sistema total de actividades mercantiles, encaminada a planear, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen las necesidades de los consumidores potenciales.

Marketing mix

Se denomina Mezcla de mercadotecnia a las herramientas o variables de las que dispone el responsable de mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la compañía.

Producto: Producto es todo aquello tangible o intangible que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo.

Precio: Precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a compran un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio. Conocer el precio es importante porque se constituye en la base para calcular los ingresos futuros y hay que distinguir exactamente de qué tipo de precio se trata y cómo se ve afectado al querer cambiar las condiciones en que se encuentra, principalmente el sitio de venta.

³ KOTLER, Philip ;(2003). *Fundamentos de Marketing*, 6ª edición, Pearson Educación de México, S.A. de C.V, pp. 712 páginas. [ISBN 970-26-0400-1](#).

Plaza: En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor).

La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.

Publicidad: Se define como la comunicación de masa impersonal que incide sobre las actitudes de las personas. La publicidad ayuda a la venta personal, llega a personas de difícil acceso, conquista grupos de clientes, crea conocimiento, mejora la imagen, penetra un mercado geográfico y sirve para introducir un nuevo producto.

Los pasos de una campaña publicitaria son:

- Definición de los objetivos publicitarios
- Diseño del mensaje
- Escogencia de los medios

Proyecto de factibilidad.

Son estudios e investigaciones que se realizan para conocer la viabilidad de una idea de negocio. ⁴

CONTENIDO DE UN PROYECTO

El estudio del mercado:

En esta parte del estudio se hace necesario un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, esto es: Precio, Calidad, Canales de comercialización, Publicidad, Plaza, Promoción, todo esto permitirá conocer el posicionamiento del producto en su fase de introducción en el mercado.

⁴ JEROME MCCARTHY Y WILLIAM PERRAULT. (2008). *Marketing, Planeación Estratégica., 2ª edición, pp. 424 páginas.* ISBN 978-84-454-1403-3.

En definitiva, este estudio significa el aspecto clave del proyecto ya que determina los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad. Por tal motivo se necesita comprobar la existencia de un cierto número de agentes económicos que en ciertas condiciones de precios e ingresos ocasionen una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto. El estudio obliga por lo tanto a la realización de un análisis profundo de la oferta, demanda, precios, comercialización.

Estudio técnico

El Estudio Técnico de un proyecto de inversión consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio.

Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, se considera los datos proporcionados para el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico y talento humano.

Elementos del estudio técnico

Ingeniería básica

La ingeniería del proyecto es una propuesta de solución a necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual, entre otros.

Descripción del producto: La descripción del bien o servicio debe mostrar las especificaciones físicas del producto. Para ello será necesario identificar la materia prima (insumos) que se utilizarán y los procesos tecnológicos necesarios para su fabricación. En el caso de empresas de servicio, también se tiene que describir detalladamente en que consiste dicho servicio.

Descripción del proceso: Con este elemento se pretende describir la secuencia de operaciones que llevan al bien a transformarse en un producto terminado. En él se pueden incluir tiempos y requerimientos y para su mejor presentación y entendimiento se sugieren los diagramas de flujo los cuales sirven para mostrar los espacios y la transformación de los materiales hasta llegar a su última presentación.

Determinación del tamaño óptimo proyecto: En este elemento del estudio técnico se cuantifica la capacidad de producción y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del bien por ello se debe tomar en cuenta la demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria para satisfacer a esa demanda.

A continuación se muestran los factores que pueden apoyar a la determinación del tamaño óptimo del proyecto.

- **Identificación de la demanda:** El estudio de mercado entre otras cosas, tiene el propósito de mostrar las necesidades del consumidor, la demanda real, potencial y la proyectada basándose en su investigación de mercado.
- **Identificación de los insumos y suministros del proyecto:** En este punto se debe identificar el abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas que se requiere para el desarrollo del proyecto.
- **Identificación de la maquinaria, equipo, tecnología:** Para identificar la maquinaria y equipo que el proyecto requerirá es importante tomar en cuenta todos los elementos que involucren a la decisión
- **El tamaño del proyecto y el financiamiento:** Para este análisis se sugiere que se haga un balance entre el monto necesario para el desarrollo del proyecto y lo que pudiera arriesgar para financiarlo, pues se tiene que conocer las diferentes fuentes de financiamiento y el rendimiento que dicho proyecto tendría para identificar un beneficio económico en la implantación del proyecto y en caso contrario volver a

realizar el análisis y determinar el tamaño necesario que proporcione una utilidad para los inversionistas.

Localización de la planta: Este elemento consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta. La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la **macro localización** donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto y el **micro localización**, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.

Distribución de la planta: Una buena distribución del equipo en la planta corresponde a la distribución de las máquinas, los materiales y los servicios complementarios que atienden de la mejor manera las necesidades del proceso productivo y asegura los menores costos y la más alta productividad.⁵

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Estructura Empresarial

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente.

Niveles Jerárquicos de Autoridad

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

⁵ PASACA MORA; Manuel Enrique. **Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión**, Loja Ecuador 2004, pág. 1-64.Módulo IX

Nivel Legislativo-Directivo

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido.

Nivel Ejecutivo

Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombrado por el nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

Nivel asesor

Este nivel aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad a la cual estén asesorando.

Nivel Operativo

Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

Nivel Auxiliar

El nivel auxiliar ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidades y eficiencia.

ORGANIGRAMAS

Es la representación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus

respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría.

Organigrama Estructural.- Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir, sus unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas, permitiendo apreciar la organización de la empresa como un todo.

Organigrama Funcional.- es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por las más importantes y luego se registran aquellas de menor trascendencia, se determina qué es lo que se hace.

Organigrama de Posición.- sirve para representar la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas, se indica el número de cargos, la denominación del puesto y la clasificación, se puede incluir la remuneración y aún el nombre del empleado.

MANUAL DE FUNCIONES

Consiste en la definición de la estructura organizativa de la empresa engloba el diseño y descripción de los diferentes puestos de trabajo.

Es un instrumento eficaz de ayuda para el desarrollo de estrategia de una empresa determina y delimita los campos de actuación de cada área de trabajo, así como de cada puesto de trabajo.⁶

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

⁶ SAPAG CHAIN Nassir y Reinaldo, **PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS**, 3ra. Edición, McGRAW-HILL

el costo total de la operación de la planta los que contendrán las funciones de producción, administración y ventas.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Inversiones

Estas inversiones se las puede agrupar en tres tipos: activos fijos, activos nominales y capital de trabajo.

Inversiones en activos fijos. Son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto, son activos fijos entre otros los terrenos, las obras físicas, el equipamiento de la planta, oficinas (maquinaria, muebles, herramientas, vehículos).

Inversiones en activos nominales o diferidos. Son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto corresponden: instalaciones eléctricas, hidráulicas, sanitarias, adecuaciones de locales arrendados, constitución de la sociedad.

Inversiones en capital de trabajo. Consisten todos los desembolsos que hay que hacer en el periodo de actividad hasta que el proyecto genere ingresos

Financiamiento

Es dónde se obtendrá los recursos que permitirán adquirir o incurrir en todo lo necesario para poner en marcha el proyecto. Las principales fuentes son: instituciones financieras, aporte de socios o accionistas, crédito a proveedores, en fin el evaluador deberá decidir por la fuente que más le convenga en términos de rentabilidad, porque si se escoge una fuente que genere alto costo directamente bajará la rentabilidad.

Los presupuestos

Se puede sintetizar que el presupuesto no es más que un plan expresado a futuro en términos cuantitativos en base a los objetivos planteados y que pueden referirse a unidades de venta, unidades de producción, número de empleados, capacidad instalada entre otros.

Costos

La palabra costo es la suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para producir algo útil.

- **Costos Fijos.** se los puede definir como los gastos que se mantienen constantes dentro de ciertos límites o circunstancias que, por su naturaleza, resultan inversamente proporcionales al volumen de la producción de bienes o de sus ventas,
- **Costos Variables:** Son gastos que varían directamente con el volumen de la producción.⁷

Punto de equilibrio

“Es el punto en el cual a cierto volumen de producción o ventas la empresa no gana ni pierde. Para establecer el punto de equilibrio se parte de los conceptos de: costo fijo, costo variable como también de ingresos que corresponden al volumen de producción vendida.

ESTADOS FINANCIEROS

Balance general

El balance general es un estado financiero que muestra la situación financiera de la empresa, aquí se presenta los activos propiedades de la empresa, los pasivos deudas de la empresa y el patrimonio, lo que realmente es propiedad de los accionistas o propietarios de la empresa.

⁷ SAPAG CHAIN Nassir y Reinaldo, **PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS**, 3ra. Edición, McGRAW-HILL

Estado de resultados

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas de un ejercicio económico.

EVALUACIÓN FINANCIERA.

Tiene por finalidad evaluar si el proyecto es conveniente desde un punto de vista financiero, lo que implica para la toma de decisiones de inversión.

Valor actual neto (van).

Determina el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

- **si el VAN** es positivo. Y mayor a 1 es conveniente financieramente.
- **Si el VAN** es negativo y menor a 1 no es conveniente financieramente.
- **Si el VAN = 0:** El proyecto es postergado

Tasa interna de retorno (tir)

Se define como la tasa de descuento o tipo de interés que iguala el VAN a cero, es decir, se efectúan tanteos con diferentes tasas de descuento consecutivas hasta que el VAN sea cercano o igual a cero y obtengamos un VAN positivo y uno negativo.

- **Si la TIR es** > que el costo de capital, se acepta el proyecto.
- **Si la TIR es** < que el costo de capital, se rechaza el proyecto.
- **Si la TIR es** = que el costo de capital, la inversión es criterio del inversionista

Período de recuperación del capital

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza el flujo neto y la inversión.

Relación beneficio costo

Mide el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, y por tanto permite decidir si el presente proyecto se acepta o no. 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

- **Si la relación beneficio costo** es mayor a uno se acepta el proyecto.
- **Si la relación beneficio costo** es menor a uno no se acepta el proyecto.
- **Si la relación beneficio costo** es igual a uno conviene o no conviene realizar.

Análisis de sensibilidad

Mide la resistencia del proyecto ante situaciones que se dan dentro de la economía de la empresa, el incremento de los costos y la disminución de los ingresos. Además permite establecer la magnitud de los riesgos cuando estos se presentan.⁸

⁸ PASACA MORA; Manuel Enrique. **Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión**, Loja Ecuador 2004, pág. 1-64.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

En todo trabajo Investigativo los materiales juegan un papel primordial ya que los mismos sirven como complemento dentro del desarrollo de la investigación, los Recursos Materiales utilizados para el desarrollo del tema de Investigación son:

Libros, computadora, esferográficos, papel A4, calculadora, borrador, carpetas, perfil (Carpetas), flash memory.

MÉTODOS.

Para la realización de la presente investigación se utilizó la metodología necesaria para lograr recaudar datos que permitieron un mejor análisis de la información.

Método deductivo

Este método fue de gran ayuda para la recopilación de información secundaria que tiene relación con el tema, la misma que sirvió como base para estructurar la fundamentación teórica de la presente investigación.

Método inductivo

Este método sirvió como base importante para el procesamiento de información recopilada en la aplicación de las encuestas al tamaño de la muestra del total de familias, información que se utilizó para poder determinar gustos y preferencias de las personas.

TÉCNICAS.

Entre las diferentes técnicas existentes, las que fueron aplicadas para el estudio de investigación son:

Observación: Esta técnica permitió realizar un sondeo minucioso para determinar los pasos a seguir en el diseño y creación de un parque temático

infantil y así mismo con todo lo referente a la localización macro y micro de la planta, como también la distribución física de la misma.

Encuesta: Esta técnica se la utilizo para recoger información necesaria como gustos y preferencias de la población, se le aplico al tamaño de la muestra calculado del total de la población de la ciudad de Loja, se aplicaron encuestas debidamente formuladas, determinados así los posibles factores que pueden influir en la realización del proyecto.

Bibliográfica. Este método ayudó para encontrar información bibliográfica, de libros, revistas y páginas web, los cuales son importantes porque hay datos escritos y visuales que se pueden utilizar como parte de la investigación.

PROCEDIMIENTO

➤ POBLACIÓN

Para la aplicación de las encuestas se tomó en cuenta los datos estadísticos del censo 2010 publicados por el INEN referente al total de habitantes existentes en la ciudad de Loja, la población urbana (180.617) habitantes. El mismo que le proyecte para cinco años con la tasa de crecimiento de la población de la ciudad (2,65%), dando como resultado para el año 2012 una población de (190.317) habitantes dato utilizado para calcular el número promedio de miembros de una familia, dividiendo el total de la población para cuatro que según el INEC es el número de integrantes promedio por familia, dando un total de 47579 familias de la ciudad de Loja.

Tamaño De La Muestra.

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

$$n = \frac{47579}{1 + (0,05)^2 47579}$$

$$n = \frac{47579}{1 + (0,0025) 47579}$$

$$n = \frac{47579}{119,9}$$

$$n = 396$$

$n = \frac{N}{1 + (e)^2 N}$
n = Tamaño de la muestra
N = Población
e = Error experimental
1 = Factor de corrección

La encuesta realizada conlleva objetivos en referencia a la demanda, gustos del consumidor y aporta datos necesarios para el diseño.

Para la recolección de la información se utilizó la técnica de la encuesta esta se aplicó a 396 familias de la ciudad de Loja, con las características del universo poblacional seleccionado para mi investigación.

Para el procesamiento de la información se procederá primeramente al conteo de los datos, para luego dar paso a la tabulación y depuración exacta de los mismos; detallándose los resultados del conteo en términos porcentuales en tablas estadísticas, para su posterior graficación de datos en diagrama de barras o pasteles, que permita más tarde la interpretación de su análisis en forma descriptiva y por ende la comprobación de la hipótesis que nos permitirá llegar a la conclusión del trabajo investigativo.

f. RESULTADOS

INFORMACIÓN BASE

ENCUESTA APLICADA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

¿Cuántos miembros de su familia tienen una edad comprendida?

CUADRO # 1

MIEMBROS DE LA FAMILIA		
INTERVALO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5	198	50,00
5 a 10	120	30,30
10 a 14	78	19,70
TOTAL	396	100

Fuente: ciudad de Loja (Encuesta)

Elaboración: El autor

GRAFICO # 1



ANÁLISIS

El 50,00% corresponde a una edad de 1 a 5 años, el 30,30% comprende al rango de 5 a 10 años y el 19,70% restante fluctúa entre 10 a 14 años de edad.

INTERPRETACIÓN:

La mayoría personas contestan que tienen niños menores a los 10 años también se dio a conocer que es una excelente alternativa para la distracción de los niños de la misma manera pusieron en consideración al Parque Temático como una interesante y alternativa forma de diversión para los niños más pequeños de la casa.

1. ¿Con qué frecuencia visitan ustedes lugares de atracción?

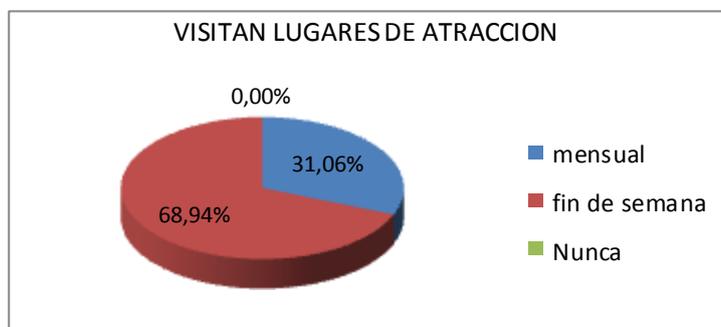
CUADRO # 2

FRECUENCIA QUE VISITA LUGARES DE ENTRETENIMIENTO		
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	123	31,06
Fin De Semana	273	68,94
Nunca	0	0,00
TOTAL	396	100

Fuente: ciudad de Loja (Encuesta)

Elaboración: El autor

GRAFICO # 2



ANÁLISIS:

según la encuesta realizada a 396 familias que representan el 100%, 123 que equivale el 31,06% mencionan que visitan lugares de atracción por lo menos una vez al mes ; mientras que 273, que corresponde el 68,94% afirman que frecuentan lugares de atracción todos los fines de semana.

INTERPRETACIÓN:

De los datos adquiridos en esta pregunta se puede determinar que las familias lojanas en su mayoría visitan parques para su distracción los fines de semana, quiere decir publico decide salir de la rutina para entrar en ambientes diferentes que le ofrezcan servicios de distracción donde el público pueda de forma sana y segura refrescar su mente de lo cotidiano y del estrés del día a día.

2. ¿Cuándo visitan un parque lo realizan con su familia?

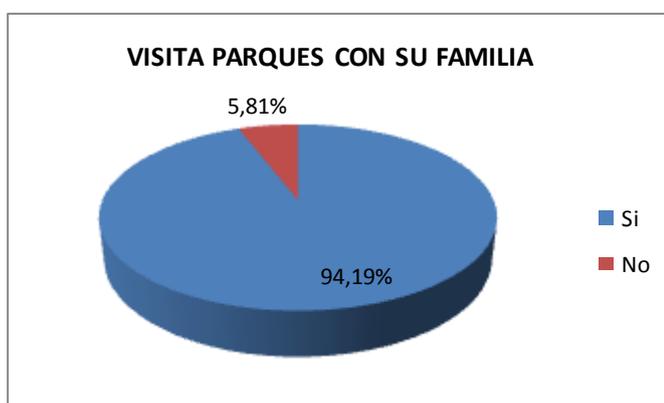
CUADRO # 3

VISITA PARQUES CON SU FAMILIA		
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	373	94,19
No	23	5,81
TOTAL	396	100

Fuente: ciudad de Loja (Encuesta)

Elaboración: El autor

GRAFICO # 3



ANÁLISIS:

de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a las familias lojanas 373 que equivale el 94,19%, optan por salir a divertirse y practicar actividades de ocio con sus familias; mientras que 23, que representa el 5,81%, manifiesta no hacerlo porque las razones de salida es para pasar con amigos.

INTERPRETACION:

La mayoría acoto que su visita a este tipo de lugares, si lo realiza con su familia aunque se una vez, ya que dichos lugares son de más auge a la hora de distraerse, acotando varios comentarios de personas que fueron encuestadas, la gran mayoría opina que los parques son lo máximo a la hora de salir de paseo.

3. ¿Con qué frecuencia visitan ustedes estos lugares?

CUADRO # 4

FRECUENCIA QUE VISITAN PARQUES		
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez a la semana	122	32,71
2 veces a la semana	86	23,06
1 vez al mes	165	44,24
TOTAL	373	100,00

Fuente: ciudad de Loja (Encuesta)

Elaboración: El autor

GRAFICO # 4



ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados obtenidos tenemos que 122 que representa el 32,71%, mencionan que visitan los parques una vez por semana el 23,06%, que son 86 familias visitan dos veces por semana; mientras que 165, que equivale el 44,24% expresaron salir cada mes.

INTERPRETACIÓN:

La mayoría de la población respondió que su frecuencia de visitas a lugares de distracción la realizan de forma mensual, quiere decir, que al menos una vez al mes las familias decide salir de la rutina para entrar en ambientes diferentes.

4. ¿Ha escuchado ustedes de un parque temático?

CUADRO # 5

ESCUCHADO DE UN PARQUE TEMÁTICO		
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	76	20,38
No	297	79,62
TOTAL	373	100

Fuente: ciudad de Loja (Encuesta)

Elaboración: El autor

GRAFICO # 5



ANÁLISIS:

Según las encuestas realizadas se obtuvo que 76 familias que es el 20,38%, de la población si ha escuchado o conoce la existencia de un parque temático y 297, familias que son el 79,62%, desconoce la existencia del mismo.

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo al resultado de esta pregunta del conocimiento de algún parque temático, los porcentajes tuvieron gran diferencia ya que la mayoría de las familias contestaron que no han escuchado lugares como lo que se plantea en este proyecto, por lo que su interés en responder y conocer del tema se hizo notorio.

5. ¿le gustaría conocer a ustedes un parque temático?

CUADRO # 6

LE GUSTARÍA CONOCER UN PARQUE TEMÁTICO		
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	231	77,78
No	66	22,22
TOTAL	297	100

Fuente: ciudad de Loja (Encuesta)

Elaboración: El autor

GRAFICO # 6



ANÁLISIS:

Ahora bien de las 297 familias que aseguraron de no haber escuchado de un parque temático tenemos que el resultado entre ambas la opción del si con un total de 231, familias que equivale el 77,78%, deciden conocer el parque el caso tal de que existiera y un total de 66 personas que corresponde el 22,22%, mencionan que no les gustaría conocer dicho lugar.

INTERPRETACIÓN:

Las encuestas reflejaron que existe una respuesta positiva debido a que existe interés por parte de los consumidores en conocer un parque temático ya que anterior mente no han visitado.

6. ¿Conoce usted lugares con distracción infantil?

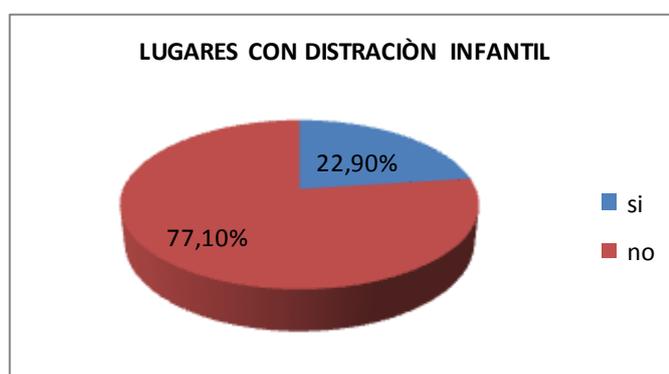
CUADRO # 7

LUGARES CON DISTRACCIÓN INFANTIL		
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	68	22,90
No	229	77,10
TOTAL	297	100

Fuente: ciudad de Loja (Encuesta)

Elaboración: El autor

GRAFICO # 7



ANÁLISIS:

Según esta encuesta y los resultados obtenidos se observa que el 22,90% equivale a 68 familias respondieron que si conocen lugares para la distracción de sus hijos, y el 77,10% que equivale a 229 personas no conocen de dichos lugares .

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los resultados obtenidos los participantes mencionan que no conocen parques que estén adecuados para la distracción de pequeños ya que los que se encuentran en la ciudad no prestan la seguridad para los niños sin embargo un porcentaje mínimo si conoce lugares con distracción infantil, y acoto que su visita a este tipo de lugar había sido fuera del país.

7. ¿Conoce usted un parque infantil que contenga una temática en el diseño del establecimiento, así como en sus áreas de juegos, restaurante y teatro?

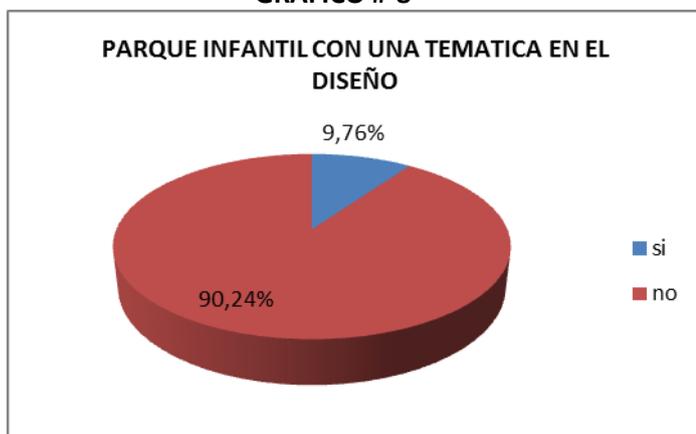
CUADRO # 8

PARQUE INFANTIL CON UNA TEMÁTICA EN EL DISEÑO		
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	29	9,76
No	268	90,24
TOTAL	297	100,00

Fuente: ciudad de Loja (Encuesta)

Elaboración: El autor

GRAFICO # 8



ANÁLISIS:

En cuanto a si conocen un parque infantil que contenga una temática en el diseño del establecimiento el 9,76% de las familias lojanas expresaron haber conocido parques infantiles cuando han frecuentado otras ciudades del país mientras que el 90,24% indico no haber conocido nunca estos lugares.

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo al cuestionario contestado más de la mitad de los participantes no conocen un parque infantil con esta temática ya que anterior mente no habían visitado dichos lugares.

8. ¿Si existiera un parque temático infantil en la ciudad de Loja estaría dispuesto a visitar?

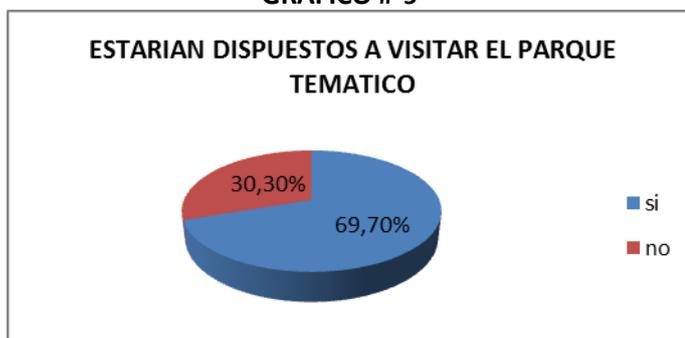
CUADRO # 9

ESTARÍAN DISPUESTO A VISITAR EL PARQUE TEMÁTICO		
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	207	69,70
No	90	30,30
TOTAL	297	100

Fuente: ciudad de Loja (Encuesta)

Elaboración: El autor

GRAFICO # 9



ANÁLISIS:

Los datos obtenidos muestran que el 69,70% que equivale a 207 personas estarían de acuerdo en visitar el parque temático previamente explicándole las distintas actividades que se realizaría, a diferencia del 30,30% dijo que no y no sabe si iría .

INTERPRETACIÓN:

La población encuestada considera que si estaría dispuesto a visitar un parque infantil ya que son nuevas opciones de entretenimiento, los pocos parques que existen en la ciudad no están enfocados para la recreación y diversión de los más pequeños.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el ingreso al parque?

CUADRO # 13

PAGO POPR EL INGRESO		
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2 USD	94	45,41
2 a 2,50 USD	73	35,27
2,50 o mas	40	19,32
TOTAL	207	100,00

Fuente: ciudad de Loja (Encuesta)

Elaboración: El autor

GRAFICO # 13



ANÁLISIS:

Esta pregunta resume cuanto estarían dispuesto a pagar las familias lojanas por el servicio del parque dando como resultado que 45,41% que representa a 94 familias estarían dispuestos a pagar un valor de 1 a 2 dólares y un total de 35,27% que equivale a 73 familias pagarían hasta 3 dólares, lo que en resumidas cuentas esto satisface a la empresa ya que esto sería una de las principales entradas de dinero.

INTERPRETACIÓN:

Los consumidores mencionaron que si estaría dispuesto a pagar siempre y cuando el servicio que se ofrezca sea acorde al precio. Muchos opinaron que si el servicio es bueno no importa lo que cueste.

10. ¿Qué tipos de juegos les gustaría encontrar en un parque temático infantil?

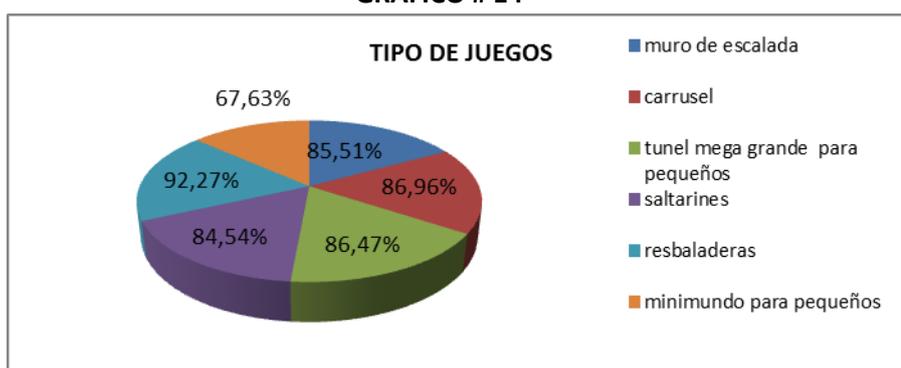
CUADRO # 14

TIPO DE JUEGOS						
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	FRECUE.	CANTIDAD	FRECUE.	TOTAL FRECU	TOTAL
Muro de escalada	177	85,51	30	14,49	207	100,00
Carrusel	180	86,96	27	13,04	207	100,00
Túnel mega grande para pequeños	179	86,47	28	13,53	207	100,00
Saltarines	175	84,54	32	15,46	207	100,00
Resbaladeras	191	92,27	16	7,73	207	100,00
Mini mundo para pequeños	140	67,63	67	32,37	207	100,00

Fuente: ciudad de Loja (Encuesta)

Elaboración: El autor

GRAFICO # 14



ANÁLISIS:

De la población entrevistada consideran las opciones de necesaria, atractiva turística e importante, dando como resultado que el 85,51% considera importante muro de escala, 86,96% carrusel, 86,47% túnel mega grande para pequeños, 84,54% saltarines, 92,27% resbaladeras, 67,63% mini mundo para pequeños.

INTERPRETACIÓN:

La mayoría de las personas opina que le gustaría encontrar en el parque todo tipo de juegos, para los niños, y las opciones que se mencionan las consideran de necesarias, atractiva turística e importante.

11. ¿De qué medio de comunicación le gustaría recibir información de un parque temático infantil?

CUADRO # 15

MEDIOS DE PRENSA		
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Periódicos	71	34,30
Televisivos	98	47,34
Radial	38	18,36
TOTAL	207	100

Fuente: ciudad de Loja (Encuesta)

Elaboración: El autor

GRAFICO # 15



ANÁLISIS:

Esta pregunta se la utiliza con la finalidad de dar a conocer el parque temático mediante el medio de comunicación que las personas más utilizan dando como resultado que 71 personas que equivale el 34,30 % prefiere leer la prensa, 98 que representa el 47,34% manifiesta que prefiere mediante anuncios televisivos mientras que 38 que corresponde el 18,36% prefiere la radio.

INTERPRETACIÓN:

En virtud de los resultados de la entrevista los medios de comunicación a emplearse sería los periódicos, televisivos y radiales los mismos va a permitir a dar a conocer información persuasiva sobre el servicio que se va a prestar. Lo que se pretende con ello es captar la atención del público con la finalidad de darse a conocer, de tal forma de informar de que es lo que podrán disfrutar.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

SERVICIO PRINCIPAL:

Parque temático infantil

El producto será un parque temático infantil, un lugar mágico con mucha diversión y aprendizaje para niños. Diseñado como un parque temático infantil en la ciudad de Loja, tendrá juegos para niños que comprendan de 1 a 14 años los fines de semana personas disfrazadas realizando caritas pintadas y globo formas, además de que todos quienes entren al parque disfrutarán de una experiencia mágica y única.

El parque tendrá una estructura agradable y muy cómoda, con una decoración temática en sus instalaciones, como: dinosaurios, Ecuador país de riquezas, safari.

Productos o servicios sustitutos

Para el parque temático infantil se consideran productos o servicios sustitutos a los Parques al aire libre, que son los parques existentes en pueblos y ciudades, consisten en pequeños espacios que han sido acondicionados y equipados para el juego de los niños.

ESTUDIO DE LA DEMANDA

Demandantes

El parque temático infantil va dirigido a las familias de la ciudad de Loja, que buscan para sus hijos diversión sana, y para ellos la opción de compartir junto a ellos, con la seguridad que sus hijos se encontrarán seguros en las instalaciones del parque, los niños son nuestros visitantes número uno, ya que gracias a ellos, el parque se hará conocido, los niños tiene la facultad de no aburrirse, logrando así una mejor frecuencia de visitantes semanales,

Contando así con una población 47.579 familias distribuidas en la 4 parroquias urbanas de la ciudad de Loja.

Proyección de la demanda

El siguiente muestra la proyección de la población de la ciudad de Loja para los 5 años de vida útil que tendrá el presente proyecto de inversión, se tomará en cuenta los datos estadísticos del censo 2010 publicados por el INEN referente al total de habitantes existentes en la ciudad de Loja, la población urbana (180.617) habitantes. Con la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Loja que es el 2,65% anual, dando como resultado para el año 2012 una población de (190.317) habitantes dato utilizado para calcular el número promedio de miembros de una familia. De la misma manera se tomara en cuenta el índice de pobreza existente en la ciudad de Loja que es de 25,4% población que no está en capacidades económicas para visitar el parque, pero que será de gran interés para la realización del proyecto.

CUADRO # 16

AÑOS	POBLACIÓN	FAMILIAS	ÍNDICE DE POBREZA	POBLACIÓN DE INTERÉS PARA PROYECTAR
2012	19.0317	47.579		12.085
2013	19.5360	48.840		12.405
2014	20.0537	50.134	25,40%	12.734
2015	20.5852	51.463		13.072
2016	21.1307	52.827		13.418
2017	21.6906	54.227		13.774

Fuente: INEC, REDATAM

Elaboración: El autor

Demanda Potencial

Se considera clientes potenciales a las familias de la ciudad de Loja que están en la posibilidad de adquirir el producto o servicio. Para el cálculo se toma en consideración la pregunta número tres de las encuestas realizadas a las familias lojanas que dice. **¿Cuándo visitan un parque lo realizan con su familia?**

CUADRO # 17

VISITA PARQUES CON SU FAMILIA		
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	373	94,19
No	23	5,81
TOTAL	396	100

Fuente: Ciudadanía de Loja

Elaboración: El autor

De este cuadro solo se tomaran a aquellas personas que visitan los parques con su familia ya que son los de mayor preferencia para el consumo del servicio.

Dando como resultado la demanda potencial son todas las personas que contestan que visitan los parques con su familia las cuales son 44.816 familias representadas por el 94,19%.

CUADRO # 18

AÑOS	FAMILIAS DE INTERES PARA PROYECTO	D POTENCIAL
		94,19%
2012	12.085	11.383
1	12.405	11.685
2	12.734	11.995
3	13.072	12.312
4	13.418	12.639
5	13.774	12.974

Fuente: Ciudadanía lojana

Elaboración: El autor

Demanda Real

Para obtener la demanda real del producto se toma en consideración la pregunta número 5 de la encuesta realizada a las familias que dice. **¿Ha escuchado ustedes de un parque temático?**

CUADRO # 19

ESCUCHADO DE UN PARQUE TEMÁTICO		
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	76	20,38
No	297	79,62
TOTAL	373	100

Fuente: ciudadanía lojana (encuestas)

Elaboración: El autor

De este cuadro solo se toman aquellas familias que no conocen un parque temático ya que son de mayor preferencia para la utilización de servicio, las mismas que se capacitara para darles a conocer el parque temático infantil y los beneficios que esto puede traerle para el correcto desarrollo de sus hijos.

Dando como resultado de la demanda real son todas las familias que contestan no conocer un parque temático, las cuales son 9.064 familias representadas por 79,62%.

CUADRO # 20

AÑOS	D. POTENCIAL	D. REAL
		79,62
2012	11.383	9.064
1	11.685	9.304
2	11.995	9.551
3	12.312	9.804
4	12.639	10.063
5	12.974	10.330

FUENTE: Cuadro N° 18
ELABORACIÓN: El Autor

Demanda Efectiva

Para obtener la demanda efectiva del servicio se toma en consideración la pregunta número 9 de la encuesta realizada a las familias que dicen **¿Si existiera un parque temático infantil en la ciudad de Loja estaría dispuesto a visitar?**

CUADRO # 21

ESTARÍAN DISPUESTO A VISITAR EL PARQUE TEMÁTICO		
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	207	69,70
No	90	30,30
TOTAL	297	100

Fuente: ciudadanía lojana (encuestas)
Elaboración: El autor

Esta pregunta nos sirve para saber el número de familias que estarían dispuestas a visitar el parque infantil. Dando como resultado que la demanda efectiva son todas las personas que contestan que si están dispuestas a visitar el parque temático infantil para distracción de sus hijos las cuales son 24.871 representadas por el 69,70%.

CUADRO # 22

AÑOS	D. REAL	D EFECTIVA
		69,70
2012	9.064	6.317
1	9.304	6.485
2	9.551	6.656
3	9.804	6.833
4	10.063	7.014
5	10.330	7.200

FUENTE: Cuadro N° 20

ELABORACIÓN: El Autor

Consumo per cápita

Para poder establecer el uso del servicio anual per cápita, se tomara en consideración la pregunta número 4 de la encuesta que dice **¿Con qué frecuencia visitan ustedes estos lugares?**

CUADRO # 23

FRECUENCIA QUE VISITAN PARQUES		
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez a la semana	122	32,71
2 veces a la semana	86	23,06
1 vez al mes	165	44,24
TOTAL	373	100,00

Fuente: ciudadanía lojana (encuestas)

Elaboración: El autor

El cuadro muestra la cantidad de visitas a los parques y en qué frecuencia estarían dispuestos a visitar las familias el parque temático infantil. El mayor número de familias que son 165 están dispuestas a visitar el parque mensualmente, dato que se dividirá para 4 semanas del mes dando como resultado que 41 familias visitan parques a la semana.

CUADRO # 24

FRECUENCIA DE VISITAS	TOTAL	SEMANAS EN UN AÑO	PROMEDIO VISITA ANUALMENTE	VISITAS APROXIMADA POR FAMILIA
7	0		0	4
1	122	52	6.344	
2	172	52	8.944	
1	41	52	2.132	
			17.420	
TOTAL			46,702412	

Fuente: cuadro n° 23

Elaboración: El autor

Mediante este procedimiento se obtuvo el promedio de visitas por familia dando como resultado que 4 es la cantidad de visitas al parque de cada familia mensual.

Después se toma el total de las familias de la demanda efectiva que son 6.317 y se multiplica por las visitas promedio de cada familia dando como resultado 25.269 visitas por año que es el consumo per cápita.

CUADRO # 25

AÑOS	D. EFECTIVA	VISI-PROM	D. PROYECTADA
2012	6.317	4	25.269
1	6.485	4	25.939
2	6.656	4	26.626
3	6.833	4	27.331
4	7.014	4	28.056
5	7.200	4	28.799

FUENTE: Cuadro N° 24

ELABORACIÓN: El Autor

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Con el fin de efectuar el análisis de la oferta, se investigó sobre los diferentes lugares que prestan este tipo de servicio y lo que se pudo hallar es que realmente no existen en la zona lugares que tengan características como este parque, si existen lugares de distracción, solo que no están enfocados en un tema específico, debido a que no existe una empresa que preste los servicios para la distracción de los infantes por consiguiente la oferta es 0.

BALANCE OFERTA Y DEMANDA

El balance de la oferta y demanda se lo realiza con la finalidad de establecer la demanda insatisfecha del producto o servicio.

Cuadro # 26

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2012	25.269	0	25.269
1	25.939	0	25.939
2	26.626	0	26.626
3	27.331	0	27.331
4	28.056	0	28.056
5	28.799	0	28.799

FUENTE: datos tomados del Cuadro N° 25

ELABORACIÓN: El Autor

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede dar cuenta de que si existe una demanda insatisfecha debido a que la oferta total es menor a la demanda efectiva. Por esta razón se deduce que este proyecto si es factible.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Comercialización del Servicio.

Una vez analizado los resultados del estudio de mercado, es posible diseñar un modelo conceptual del parque temático, conforme a las expectativas de las familias lojanas, el resultado de análisis o el diseño en si constituye el producto total o servicio a ofrecer, otros aspectos necesarios de analizar y que se mostraran a continuación.

SERVICIO

“proyecto de factibilidad para el Diseño y Creación de un Parque Temático Infantil en la ciudad de Loja”. El servicio principal se basa en un parque temático infantil, un lugar mágico con mucha diversión y aprendizaje para niños, con Juegos educativos y de habilidades, que el niño disfrutará varias veces.

GRAFICO N°1



Vista panorámica del parque

Características.

- Parque temático infantil de grandes dimensiones.
- Espacios de juegos para niños divididos por edades y estatura.
- Llamativo sistema de seguridad.
- Espacio para servirse pequeños piqueos en el parque (bar).
- Opción a celebrar fiestas infantiles.
- Decoración temática en todo el parque.

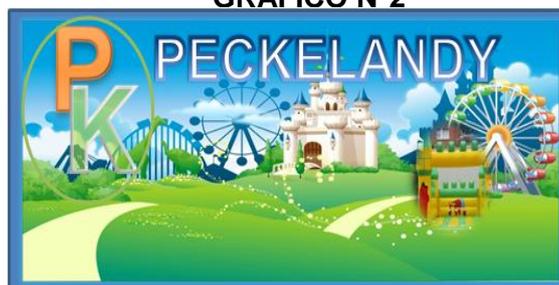
MARCA

La marca del parque será percibida como lo que se desee enfocar en cada rincón del diseño del parque, un lugar alegre, colorido que representara alegría, diversión y los sueños de cada niño que nos visite.

La marca tendrá mucha coherencia con el parque, sus juegos y su temática ya que el nombre, el arte y sus colores definen claramente el enfoque que queremos dar a nuestros pequeños visitantes.

LOGOTIPO

GRAFICO N°2



PRECIO

Debido a que no existe competencia sobre este servicio, el precio que se tomara en cuenta a la hora de crear este parque, estará enfocado en el total de costos que me genera realizar este diseño de inversión, tomando en cuenta la ganancia y la utilidad neta del mismo. Para lograr acaparar en su mayoría nuestro mercado es ingresar con un precio atractivo accesible, pero sin caer en exageraciones.

PLAZA

Canal de comercialización



El canal de comercialización del parque temático infantil será de forma **empresa -consumidor final**. Con mayor afluencia los fines de semana.

PUBLICIDAD

GRAFICO N°3



La publicidad

Es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda. Lo que pretende el parque temático infantil con ello es captar la atención del público con la finalidad y firme propósito de darse a conocer, de tal forma de informar de que es lo que podrá disfrutar utilizando medios como:

Publicaciones en Periódicos, periódicos como la “**HORA**” y otros que serían periódicos masivos los cuales llegaríamos a nuestro mercado en toda la ciudad y provincia.

Publicidad por medio de cuñas radiales, se realizara en las principales emisoras de la ciudad escuchadas en el sector y sitios aledaños, con ello llegaremos a padres de familia y jóvenes adultos.

ESTUDIO TÉCNICO.

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionarle.

Para la realización del estudio técnico emplearemos los siguientes estudios:

- Tamaño y localización del proyecto.
- Ingeniería del proyecto.
- Estructura organizacional.

TAMAÑO

Considerando el tamaño de la demanda que va cubrir para el proyecto, durante un tiempo determinado.

CAPACIDAD INSTALADA

En vista de que se trata de una empresa nueva de servicio se decidió que la capacidad instalada estará de acuerdo a la capacidad de las personas que puedan ingresar al parque teniendo una capacidad 60 personas diarias.

El parque está en la capacidad de acoger 60 personas diarias en las 8 horas laborables teniendo como resultado:

CUADRO N°27

TIEMPO	VISITANTES
Día	60
Año	21.900

FUENTE: datos tomados de los ofertantes

ELABORACIÓN: El Autor

CAPACIDAD UTILIZADA

CUADRO N°28

CAPACIDAD INSTALADA	UTILIZADA	N° DE VISITAS
21.900	80%	17.520
21.900	85%	18.615
21.900	90%	19.710
21.900	95%	20.805
21.900	100%	21.900

FUENTE: datos tomados del Cuadro N° 27

ELABORACIÓN: El Autor

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

CUADRO N°29

DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD INSTALADA	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
25.269	21.900	86,67
25.939	21.900	84,43
26.626	21.900	82,25
27.331	21.900	80,13
28.056	21.900	78,06
28.799	21.900	76,04

FUENTE: datos tomados del Cuadro N° 28

ELABORACIÓN: El Autor

LOCALIZACIÓN

Es el lugar donde se implementará la empresa, para el cumplimiento de los objetivos que pretende alcanzar y de ahí que se deba encontrar una localización adecuada y que preste todas las garantías para la buena marcha de la empresa, tomando en cuenta la rentabilidad sobre el capital que genera, a la vez que permita el normal funcionamiento de la empresa ya sea por poseer la facilidad de prestación del servicio para la ciudad de Loja, además de contar con servicios básicos indispensables, espacio físico, entre otros.

MACRO LOCALIZACIÓN

Comprende el lugar geográfico en donde se llevará a cabo el proyecto por lo que es necesario tomar en cuenta varios aspectos como: La región, Provincia, Cantón o área geográfica con el único objetivo de conocer con precisión el lugar donde se desarrollará el proyecto.

La empresa proveedora de servicios recreacionales quedará ubicada en la provincia de Loja en el cantón del mismo nombre, la idea de ubicar en esta ciudad es que no existe oferta alguna, es necesario aprovechar las oportunidades que el entorno se presentan ante un mercado potencial que demanda cubrir una necesidad poco explotada por los inversionistas.

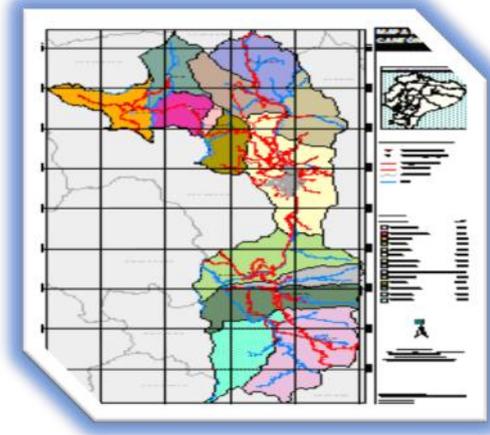
PROVINCIA LOJA.

GRAFICO N°4



CANTÓN LOJA

GRAFICO N°5



MICRO LOCALIZACIÓN

Una vez elegido la localidad como futuro inversionista se debe seleccionar la zona más adecuada para el tipo de servicio que pretendo ofrecer.

Algunos comercios dependen del tráfico pedestre y por lo tanto deben ubicarse cerca de sus clientes. En mi caso considere que esto no representa una variable significativa a la demanda que hagan los clientes por el servicio, que si bien es cierto resultaría atractivo implementarlo en una zona central de la comunidad por cuestiones de mayor disfrute de la vista de la ciudad y por ser zonas de mayor concurrencia de personas.

Como se puede observar, que el mercado central de la ciudad de Loja ha crecido por lo que está saturado de todo tipo de comercios en pleno auge productivo, y en donde ya no hay cabida a poner a funcionar nuestras instalaciones.

Pese a esto he decidido ubicar las instalaciones por las afueras de la ciudad en la avenida Eugenio espejo y la avenida de integración barrial, vía antigua a cuenca zona que se constituye atractiva para el inversionista a la hora de abaratar costos, ya que por lo general sus alquileres y sus terrenos se los vende a precios bajos, en comparación con las zonas centrales y

cuyos espacios son amplios para estacionamiento cosas que no suceden en el área central de la ciudad.

Por otra parte se ha establecido este lugar por razones importantes ya que estamos cerca a uno de los lugares turísticos más importantes de esta región como es el parque eólico, y se cabe recalcar que la ciudad de Loja crece día a día más y dentro de un mediano plazo se tendrá esta ciudad más extendida a las zonas que se consideraban a las afueras de la ciudad.

GRAFICO N°6



INGENIERÍA DEL PROYECTO

DEFINICIÓN DEL SERVICIO.

El parque prestará servicio de atracciones mecánicas destinadas al sano esparcimiento y disfrute de los infantes y sub-servicios para ser más placentera la estadía dentro de sus instalaciones.

PROCESO PRODUCTIVO

Representar en forma esquemática el proceso de atención al cliente constituye a agilizar las acciones logísticas para el buen desempeño en la administración del negocio desde el ingreso al cliente.

El proceso se lo describe en forma esquematizada en el siguiente diagrama de flujo.

DIAGRAMA DE FLUJO DEL SERVICIO



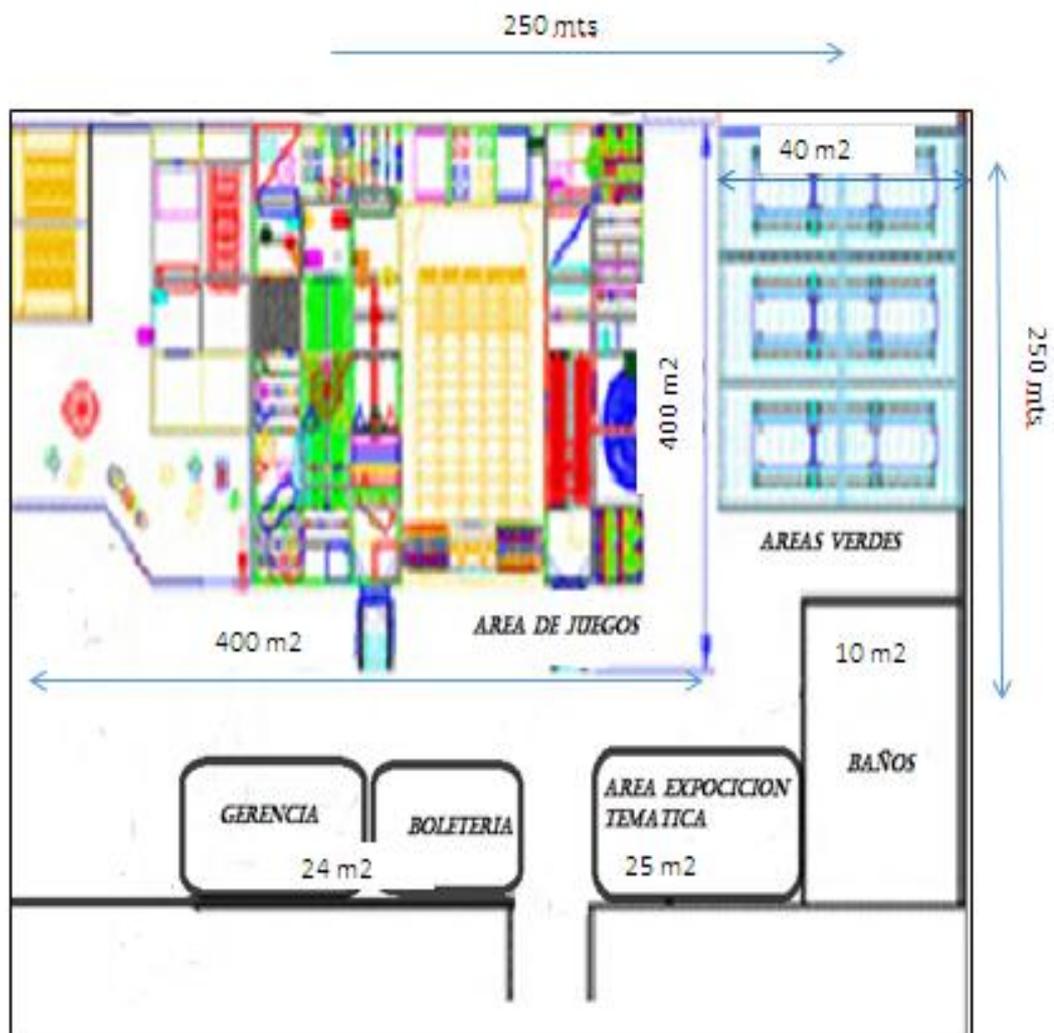
DIAGRAMA DE PROCESO.

Paso n°	Etapas del procedimiento	operación	transporte	demora	Base de datos	inspección	tiempo
		○	➔	⊔	🗄	▭	
1	Cliente cancela en la boletería	x					5min
2	Ingreso al sistema computarizado				x		10min
3	Ingreso cliente al parque	x					5min
4	Recorrido por el parque	x					12min
5	diversión	x		△			
6	TOTAL						32min

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Para el desarrollo adecuado para las actividades de la empresa se adquirirá un terreno de que tiene todos los servicios básicos y será distribuido de la siguiente manera:

GRAFICO N°8



COMPONENTE TECNOLÓGICO.

MAQUINARIA

GRAFICO N°9

JUEGO	DISEÑO	FOTO
Piscina de pelotas resbaladeras y juegos de estimulación.	Un área de juegos para los más pequeños con resbaladera de espuma y espacio en forma de laberintos donde los padres disfrutarán con ellos el juego y la diversión. la misma que tiene un costo de \$240	
Túnel y Laberinto	este juego es una área de las más grandes del parque posee túnel piscina de pelotas, juego de obstáculos mini muros de escala para llegar a lo más alto y toboganes para descender, todo un recorrido que los niños no se aburrirán de repetir. teniendo un precio de 1.500	
Saltarín	Un juego de habilidad física donde los niños competirán por ver quien salta más alto. saltarín inflable grande de con una medida de 4,50mt con un valor de \$1800	
Resbaladeras	Resbaladeras inflable de 7mts de alto x 6 metros y 4 metros de ancho(para niños de 4 a 12 años) En forma de resbaladera gigante En tela polyester importada 100% impermeable de alta resistencia a tracción al rasgado. No destiñe, ni decolore. Propulsor de aire de 110 voltios Bandas de anclaje para asegurar en el piso, con un precio de \$1200.	
Carrusel	El carrusel es un tipo de equipos de ocio para infancias. El carrusel es de estructura de acero galvanizado por inmersión en caliente; piso de madera sólido barnizado; paneles de fibra de vidrio decorativo alrededor del centro y el techo; iluminación en todo el carrusel. Con un costo de \$1500.	
Muro de Escalada	Este es un juego de habilidades físicas donde el niño deberá subir a lo más alto del muro. Pared de escalada de 2.4m de ancho por 6m de altura, viene con marco de PTR, capacidad de 2 personas escalando simultáneamente. Precio \$ 1.000	

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Estructuralmente la compañía tendrá los siguientes niveles.

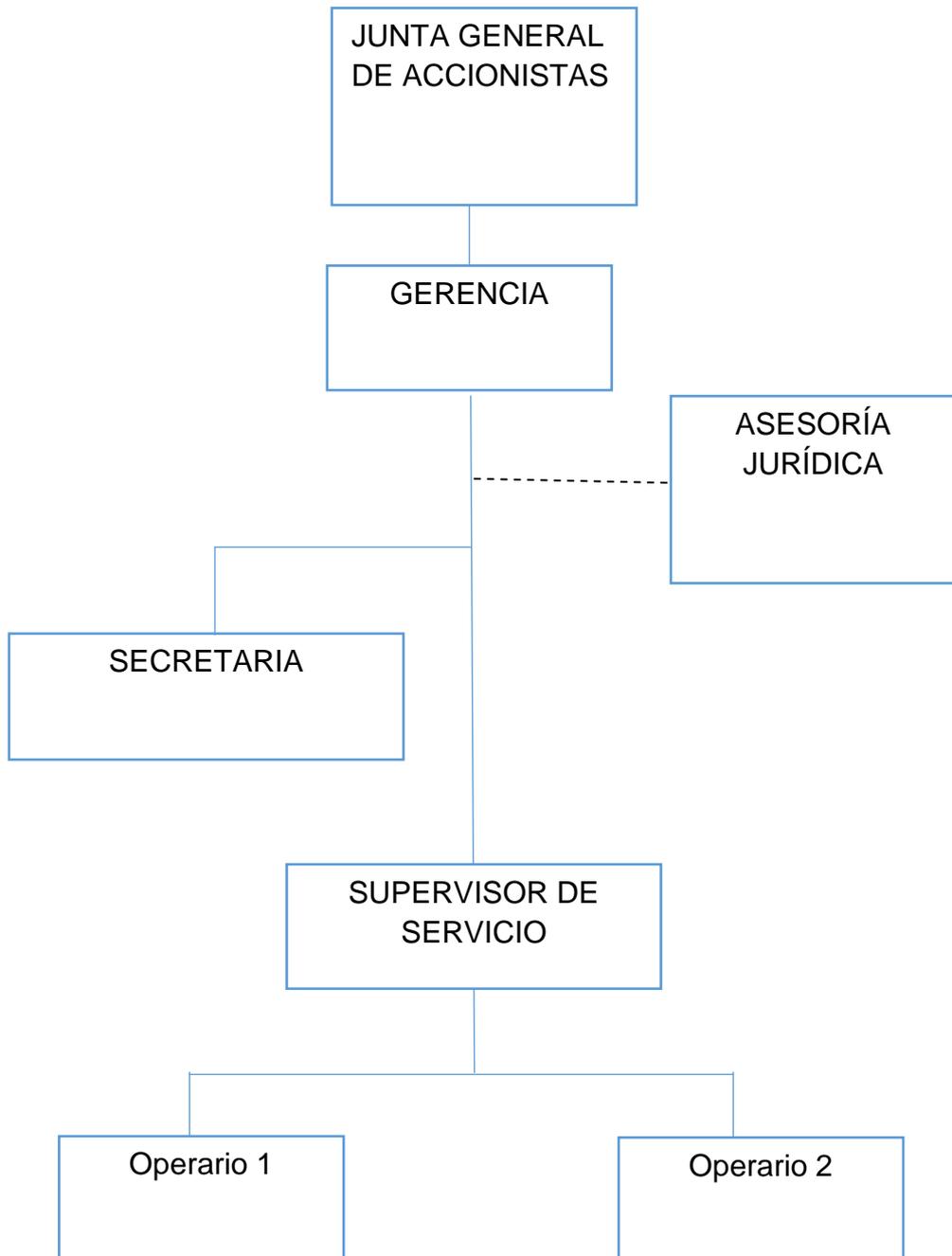
- **NIVEL LEGISLATIVO.-** Estará constituido por la Junta General de Accionistas que lo integraran todos los Socios.
- **NIVEL EJECUTIVO.-** Estará constituido por el gerente, que es la persona encargada de ejecutar los planes y programas impuestos por el nivel legislativo, se encarga de representar a la empresa.
- **NIVEL ASESOR.-** Este nivel está encargado de informar, aconsejar, preparar proyectos en materia jurídica, financiera, técnico, contable, industrial y más áreas.
- **NIVEL AUXILIAR.-** Este nivel sirve de ayuda a otros niveles administrativos en la presentación de servicios con oportunidad y eficiencia, sirve de apoyo a las labores ejecutivas asesoras y operacionales.
- **NIVEL OPERATIVO.-** Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de producción. Lo integran las unidades que tienen a su cargo la producción y explotación de bienes; además es responsable de la vida misma de la organización.

ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONAL

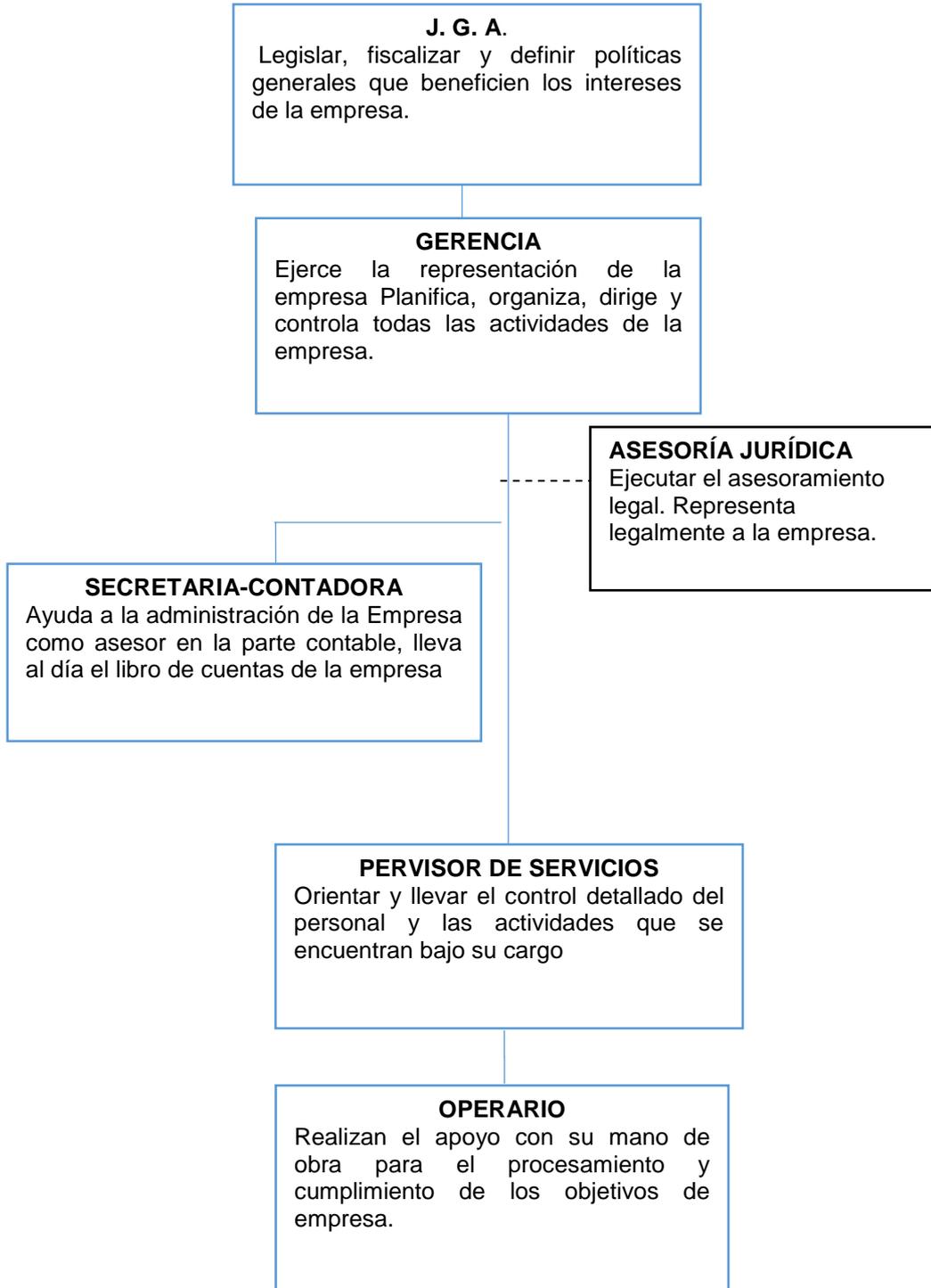
Los organigramas es la representación gráfica de la organización de cualquier entidad y muestra el conjunto de actividades básicas en los departamentos y además las líneas de autoridad y responsabilidad.

- a) **Organigrama Estructural.-** Representa el esquema básico de toda organización, permitiendo una visión global de la estructura de la empresa.
- b) **Organigrama Funcional.-** Consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa, estableciendo el grado de responsabilidad.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



ORGANIGRAMA FUNCIONAL



MANUAL DE FUNCIONES

Los manuales son documentos guías, en los cuales se especifica la información necesaria y las funciones que tienen que desempeñar cada uno de los integrantes de la empresa para un mejor desarrollo de la misma.

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS.

	
IDENTIFICACIÓN Y REFERENCIAS	FUNCIÓN GENERAL O BÁSICA
<p>CODIGO: 001</p> <p>TÍTULO DEL PUESTO: Junta General de Accionistas</p>	<p>Legislar, fiscalizar y definir políticas generales que beneficien los intereses de la empresa.</p>
FUNCIONES ESPECIFICAS	
<ul style="list-style-type: none">➤ Definir y aprobar las políticas en beneficio desarrollo social y económico de la empresa.➤ Designar y remover al Gerente y administrativos de la Compañía;➤ Deliberar y aprobar los montos de las utilidades de cada uno de los accionistas;➤ Dictar reglamentos, resoluciones y acuerdos;➤ Elaborar y modificar los estatutos de la empresa de acuerdo a sugerencia de los accionistas;➤ Aprobar o rechazar los presupuestos presentados por los directivos;➤ Aprobar las cuentas que presente el Gerente y el Contador;➤ Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;➤ Concertar asuntos de la disolución anticipada de la compañía.	
RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none">➤ Dictar los lineamientos y políticas en cuanto a la prestación del servicio➤ Conocer y resolver Aspectos relacionados con los manejos financieros➤ Nombrar al presidente	



IDENTIFICACIÓN Y REFERENCIAS	FUNCIÓN GENERAL O BÁSICA
------------------------------	--------------------------

<p>CODIGO: 002 TÍTULO DEL PUESTO: Gerente General DEPENDENCIA DIRECTA: Junta de Socios</p>	<p>Ejercer las funciones de dirección gestión, supervisión y coordinación conjuntamente con los demás órganos dependientes mediante la aplicación de un liderazgo participativo para lograr la colaboración de sus empleados.</p>
--	---

FUNCIONES ESPECIFICAS

- Dirigir y representar legalmente a la empresa. Organizar, planear, supervisar, coordinar y controlar los procesos productivos de la empresa.
- Asignar y supervisar al personal de la empresa los trabajos y estudios que deben realizarse de acuerdo con las prioridades que requieran las distintas actividades e impartir.
- Autorizar y ordenar los respectivos pagos.
- Presentar a la Junta de Socios de planes a realizar mensualmente.
- Realizar el cierre de negocios que presenten los vendedores.
- Supervisar, controlar y medir la eficiencia del personal de ventas.

RESPONSABILIDADES

- La supervivencia y crecimiento de la empresa
- Es la persona encargada de selección de personal
- Toma decisiones que abarcan para todas las áreas del Parque Temático.

PERFIL DEL CARGO

- profesional universitario en administración o ingeniería comercial.
- Dos (2) años de experiencia en cargos administrativos.
- Excelente calidad humana y trato interpersonal.



IDENTIFICACIÓN Y REFERENCIAS	FUNCIÓN GENERAL O BÁSICA
<p>CODIGO: 003</p> <p>Cargo: Abogado.</p> <p>Jefe Inmediato: Gerente.</p>	<p>Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades legales de la empresa, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.</p>
FUNCIONES ESPECIFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Informar al Gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente. ➤ Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia. ➤ Brindar asesora jurídica en las diferentes gestiones de la empresa, tanto de carácter laboral como contractual. ➤ Realizar trámites judiciales, administrativos internos y externos sobre cierre de Proyectos. ➤ Legalizar copias de los documentos jurídicos en condición de tenedor o emisor. ➤ Patrocinar y atender los asuntos legales y procesos presentados y tramitados ante el ministerio, o en los que éste sea parte. ➤ Cumplir cualquier otra función asignada por Dirección Jurídica en el Área de competencia. 	
RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Servirá de apoyo a la gerencia y junta directiva en materia legal 	
PERFIL DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de Abogado ➤ Un (1) año de experiencia en cargos similares. ➤ Excelente calidad humana y trato interpersonal 	



IDENTIFICACIÓN Y REFERENCIAS	FUNCIÓN GENERAL O BÁSICA
CODIGO: 004 Cargo: Secretaria-contadora. Jefe Inmediato: Gerente.	Realizar labores de asistencia directa al gerente de la empresa y planificar las actividades de la unidad de contabilidad.
FUNCIONES ESPECIFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Digitar y redactar oficios, memorandos, informas, así como también lo tratado en reuniones y conferencias dadas por el Gerente. ➤ Realizar y recibir llamadas telefónicas y transmitir los mensajes a las personas correspondientes. ➤ Atender al público para dar información y concertar entrevistas, responder por los documentaos a su cargo. ➤ Participar activamente en la organización de eventos, reuniones y programas sociales relacionados con su cargo, para el mejoramiento de su actividad y ejecución del trabajo. ➤ Archivar diariamente la documentación contable. ➤ Llevar un buen control de entradas y salidas de la empresa 	
RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recibe a los visitantes ➤ Elaboración de los horarios de trabajo del personal ➤ Lleva el control de entrada de visitantes al Parque 	
PERFIL DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de Secretaria Ejecutiva ➤ Dos (2) años de experiencia en cargos similares. ➤ Excelente calidad humana y trato interpersonal. 	



IDENTIFICACIÓN Y REFERENCIAS	FUNCIÓN GENERAL O BÁSICA
<p>CODIGO: 005</p> <p>Cargo: supervisor de servicio</p> <p>Jefe Inmediato: Gerente.</p>	<p>Orientar y llevar el control detallado del personal y las actividades que se encuentran bajo su cargo</p>
FUNCIONES ESPECIFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Supervisar las actividades de gestión de los empleados ➤ Llevar registro del desempeño de los empleados ➤ Recepción del público en general (niños, jóvenes y adultos) ➤ Proporcionar información del centro y posibilidades de ocio ➤ Encargarse de operar el sistema de la iniciación de los juegos ➤ Poner a disposición del cliente la enseñanza de los juegos 	
RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Controla el funcionamiento de las actividades ➤ Mantiene el correcto servicio a brindar a los clientes 	
PERFIL DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Egresado o estudiante de los últimos ciclos de la carrera de administración de empresas ➤ Un (1) año de experiencia en cargos similares. ➤ Excelente calidad humana y trato interpersonal. ➤ Edad entre 23 y 30 años. 	



IDENTIFICACIÓN Y REFERENCIAS	FUNCIÓN GENERAL O BÁSICA
CODIGO: 006 Cargo: Operario Jefe Inmediato: Gerente.	Sera el encargado del manejo de juegos y controlar a los niños.
FUNCIONES ESPECIFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (Gerente). ➤ Informar al Gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente. ➤ Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia. ➤ Responder por los implementos de trabajo asignados. ➤ Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de trabajo. ➤ Velar por el orden y aseo del lugar. 	
RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hacer de guía en las zonas de exposición ➤ Mantener informado al visitante sobre los horarios de atención del parque para aquellos que deseen regresar ➤ Mantener a los visitantes a gusto con el servicio de guía 	
PERFIL DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de bachiller ➤ Un (1) año de experiencia en cargos similares. ➤ Excelente calidad humana y trato interpersonal. 	

Organización Legal

✓ **Base Legal**

♣ **Acta Constitutiva**

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA “P ECKELANDY” CÍA.LTDA

En la ciudad de Loja, del Cantón Loja, provincia de Loja, a los dieciocho días del mes de Mayo del año 2012, por propia iniciativa y con el asesoramiento del Dr. Sergio Sánchez, se reúne un grupo de personas naturales, con todos los derechos, han decidido asociarse, dentro de una Compañía de Responsabilidad Limitada, con el fin de lucro, la que tendrá por objeto la prestación de servicio de **“Un parque temático infantil para la ciudad de Loja”**, como desarrollo fundamental para crecimiento de la ciudad de Loja.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA “ PECKELANDY”

SEÑOR NOTARIO:

Sírvase insertar en el protocolo de escrituras públicas a su cargo, una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.-COMPARCIENTES.- CRISTIAN PAUL FLORES RODRIGUEZ, ecuatoriano, soltero, portador de la cédula 1104768682, JEREMY JOSUETH RODRIGUEZ ecuatoriano portador de la cédula 11042253194, en ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de la Empresa **PECKELANDY**.

SEGUNDA.-DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen una empresa dedicada a la prestación de servicio **Un parque temático infantil para la ciudad de Loja**, con responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.-ESTATUTO DE LA EMPRESA

TÍTULO PRIMERO.- DENOMINACION, DOMICILIO, OBJETO Y DURACION.-

Art 1.- La empresa de Economía Privada, formada en virtud del presente contrato de sociedad y que se registrará de acuerdo a este estatuto se denominada “**PECKELANDY**”

Art 2.- (DOMICILIO).- La compañía tendrá su domicilio principal en la ciudad de Loja, provincia de Loja, República del Ecuador, pudiendo establecer sucursales.

Art 3.- (OBJETO) El objeto de la compañía es la prestación de servicios de “**Un parque temático infantil para la ciudad de Loja,**” a la ciudadanía lojana

Para el cumplimiento de su objeto, la empresa podrá intervenir como socio en la formación de toda clase de sociedades o empresas, aportar capital a las mismas, o adquirir, tener y poseer acciones.

Art 4.- (PLAZO, DURACIÓN).- El plazo de duración de la sociedad será de cinco años desde la inscripción del contrato de sociedad en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser modificado por la Junta General de Socios siguiendo el procedimiento que señala la Ley.

TÍTULO SEGUNDO CAPITAL, ACCIONES, OBLIGACIONES Y AUMENTOS.

Art 5.- (CAPITAL).- El capital autorizado, suscrito y pagado es de SEIS MIL TRECIENTOS NOVENTA Y OCHO DOLARES Y CUARENTA Y NUEVE CENTAVOS AMERICANOS (USD. \$6398,49).Las acciones serán ordinarias y nominativas de DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD. \$2150) Cada una.

Art 6.- (TÍTULOS DE ACCIONES).- Los títulos de acciones serán ordinarios y nominativos y deberán ser autorizados por las firmas del Presidente y Administrador de la Empresa.

Art 7.- (DERECHOS).- Las acciones dan derecho a voto en la Junta General de Socios a su valor pagado, para tomar parte en las juntas, es necesario que la socia conste como tal en el libro de acciones y socios.

Art.-8 (AUMENTO DE CAPITAL).- El capital de la empresa podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta General de Socios, por los medios y en la forma establecida por la ley de Compañías. Las socias tendrán derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporción de las que tuvieron pagadas al momento de efectuar dicho aumento.

Art.- 9 (RESPONSABILIDAD).- La responsabilidad de los socios por las obligaciones sociales se limita al monto de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado, los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

TÍTULO TERCERO.-EJECICIO ECONÓMICO, BALANCE, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y RESERVAS.

Art.-11(EJERCICIO ECONÓMICO).- El ejercicio económico será anual y terminara el treinta y uno de diciembre de cada año, al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente año, el Administrador someterá a consideración de la Junta General de Socias, el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios, durante los quince días anteriores.

Art.-12(UTILIDADES Y RESERVAS).- La Junta General de Socias resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones.

TÍTULO CUARTO.-DEL GOBIERNO, ADMINSTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA COMPAÑÍA.-

Art 13.- (GOBIERNO Y ADMINSTRACIÓN).- La empresa estará gobernada por la Junta General de Socios y Administrada por el Presidente, cada uno de estos órganos con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.

Art 14.- (DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS).- La Junta General de Socios es el organismo supremo de la empresa, se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico y extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria.

Art 15.- (REPRESENTACIÓN DE LOS SOCIOS).- La Junta General de Socios, ordinarios y extraordinarios, se reunirán en el domicilio principal de la empresa, las socias podrán concurrir a la junta personalmente o mediante poder otorgado a un socio o tercero, ya se trate de poder nacional o de carta poder, para cada junta, el poder a un tercero será necesariamente notariada, no podrán ser representantes de las socias los administradores.

Art. 16.- (DE LA PRESIDENCIA).- Presidirá la Junta General de Socios al Presidente de la Empresa, el cual actuará como Administrador.

Art. 17.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL).- La Junta General de Socios legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la empresa y en consecuencia tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales así como con el desarrollo de la empresa que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la empresa siendo de su competencia los siguientes a) Nombrar al presidente; b) Autorizar la contratación de auditorías externas; c) Conocer y aprobar el presupuesto anual y sus reformas; d) Conocer y resolver todos los informes que presente como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas, administración.

Art.18.- (JUNTA GENERAL).- La empresa podrá celebrar sesiones de Junta General de Socias en la modalidad de Junta Universal de conformidad con lo dispuesto en el Art. 238 de la Ley de Compañías, esto es que la Junta pueden constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto.

Art. 19.- (DEL PRESIDENTE).- El Presidente de la Empresa será nombrado por la Junta General durará cuatro años en el ejercicio de su cargo, podrá ser indefinidamente reelegido, siendo sus atribuciones las siguientes: a) Convocar y presidir las reuniones de la Junta General b) Velar por el estricto cumplimiento del estatuto social y de las decisiones de las Juntas Generales de Socias d) Ejercer la representación legal de la empresa para lo cual tiene las facultades señaladas; e) Supervisar las finanzas de la empresa y las funciones administrativas del Administrador.

Art. 20.- (DEL ADMINISTRADOR).- El Administrador será elegido por la Junta General de Socios, para un periodo de cuatro años, puede ser reelegido definitivamente y podrá tener o no la calidad de accionista, ejercerá el cargo hasta ser legalmente remplazado. El Administrador será el representante legal de la empresa.

Art. 23.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL ADMINISTRADOR).- Son deberes y atribuciones del Administrador de la empresa: a) Representar legalmente a la empresa, en forma judicial y extrajudicial; b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa; c) Dirigir la gestión económico-financiera de la empresa; d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la empresa; e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la empresa; f) Presentar anualmente informa de labores ante la Junta General de Socios; g) Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones; h) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, el presente estatuto y reglamentos de la empresa, así como las que señale la Junta.

Art. 24.- (DISOLUCION Y LIQUIDACION DE LA EMPRESA).- La disolución y liquidación de la empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo segunda de esta ley, así como por el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.-

Art. 25.- (DISPOSICIÓN GENERAL).- En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva la Junta General de Socios.

TÍTULO QUINTO.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL

El Capital de la compañía ha sido suscrito y pagado por los socios en la siguiente Conforme consta del certificado de integración de Capital que se cómo habilitante, todos las socios aportarán por igual la misma cantidad

TÍTULO SEXTO.- NOMBRAMIENTO DEL PRESIDENTE Y REPRESENTANTES

De conformidad con el Art. 312 de la Ley de Compañías y el presente estatuto se designa Presidente a la señor Juan Pablo Montaña; se designa Administrador al señor Jeremy Bravo, Usted Señor Notario sírvase agregar los documentos habilitantes mencionados y las demás cláusulas de estilo para la validez de la presente Escritura Pública Dr. Sergio Sánchez. Abogado, Matrícula CAA-145. Hasta aquí la minuta que queda elevada a la calidad de escritura pública formalizado el presente instrumento.- Yo el Notario lo leí íntegramente a los otorgantes y firman en unidad de acto conmigo el notario que doy fe. CRISTIAN PAUL FLORES Y JOSUETH RODRIGUEZ.

ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones y Financiamiento

Inversiones: La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio con el objetivo de incrementarlo.

Activos Fijos: Son aquellas inversiones que realiza la empresa tales como: vehículos, equipo de oficina, muebles y enseres, equipo de cómputo, etc.

Terreno. Significa el valor de la tierra, donde tenemos instalada nuestra empresa y donde se han levantado las edificaciones.

Presupuesto de terreno

CUADRO N°30

ESPECIFICACIONES	CANTIDAD m2	COSTO UNITARIO m2	COSTO TOTAL
TERRENO	1.000	20,00	20.000,00

Fuente: municipio de Loja

Elaboración: el autor

Edificio. Representa el valor de construcción de los edificios, plantas comerciales o industriales, etc., que sean empleados por la empresa para la producción de bienes o servicios.

Presupuesto de edificio:

CUADRO N°31

CONSTRUCCIONES	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Obra civiles				
SALA EXPOSICIONES TEMÁTICAS	m2	25	6,00	150,00
ÁREA DE JUEGOS INFANTILES	m2	400	20,00	8000,00
ADMINISTRACIÓN	m2	24	6,00	144,00
SS.HH MUJERES	m2	10	6,00	60,00
SS.HH HOMBRES	m2	10	6,00	60,00
JARDINES	m2	40	4,00	160,00
Total				8574,00

Fuente: ingeniero civil

Elaboración: el autor

Maquinaria y Equipo.- Son todas las clases de maquinaria y los equipos necesarios ya sea para la elaboración de un producto o la prestación de un servicio.

PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO

CUADRO N°32

ESPECIFICACIONES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
PISCINA DE PELOTAS Y RESBALADERA	1	500,00
TÚNEL Y LABERINTO	1	100,00
SALTARÍN	1	500,00
RESBALADERAS	1	800,00
CARRUSEL	1	1.200,00
MURO DE ESCALADA	1	1.000,00
TOTAL		4.100,00

Fuente: parques infantiles junior S.A

Elaboración: el autor

Herramientas. La herramienta es un objeto elaborado a fin de facilitar la realización de una tarea mecánica.

PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS

CUADRO N°33

ESPECIFICACION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
KIT DE HERRAMIENTAS	1	50,00	50,00
TOTAL			50,00

Fuente: ferretería Márquez

Elaboración: el autor

Equipo de oficina. Un equipo de oficina está compuesto por todas las máquinas y dispositivos que se necesitan para llevar a cabo tareas de oficina.

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA

CUADRO N°34

ESPECIFICACIONES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
TELÉFONO	1	50,00	50,00
BASURERO	1	5,00	5,00
PERFORADORA	1	3,00	3,00
GRAPADORA	1	3,00	3,00
CALCULADORA	1	10,00	10,00
TOTAL			71,00

Fuente: librería la reforma

Elaboración: el autor

Muebles y enseres. También denominada Mobiliario, la emplearemos para controlar las mesas, sillas etc., usadas en las diversas oficinas de la empresa.

PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES

CUADRO N°35

ESPECIFICACIONES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
DECORACIONES TEMATICAS	1	1.000	1.000
SILLAS	5	10,00	50,00
SILLAS GIRATORIAS	2	45,00	90,00
ESCRITORIOS	2	150,00	300,00
TOTAL			1.440,00

Fuente: mueblería universal

Elaboración: el autor

Equipo de Computación. Es una herramienta indispensable para realizar las actividades administrativas de la empresa.

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CUADRO N°36

ESPECIFICACIONES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
COMPUTADORA	1	600,00	600,00
IMPRESORA	1	70,00	70,00
TOTAL			670,00

Fuente: Master pc

Elaboración: el autor

RESUMEN DE ACTIVO FIJO

CUADRO N°37

ESPECIFICACIONES	VALORES
TERRENOS	20.000,00
EDIFICIO	8.574,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	4.100,00
HERRAMIENTAS	50,00
MUEBLES Y ENSERES	1.440,00
EQUIPO DE OFICINA	71,00
EQUIPO DE COMPUTACION	670,00
TOTAL	24.905,00

Fuente: cuadro n°31, 31, 32, 33, 34,35, 36

Elaboración: el autor

Inversiones en Activos Diferidos: Son los gastos realizados por la empresa, y no son recuperables o reembolsables.

PRESUPUESTO DE ACTIVO DIFERIDO

CUADRO N°38

ESPECIFICACIONES	VALOR
ESTUDIOS PRELIMINARES	600,00
GASTOS DE COSTITUCION	300,00
REGISTROS-MARCA- PATENTES	200,00
LEGALIDAD DE LA OPERACIÓN	200,00
TOTAL	1.300,00
INPREVISTOS (5%)	65,00
TOTAL	1.365,00

Fuente: investigación propia

Elaboración: el autor

ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Mano de Obra Directa. Es la mano de obra en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio.

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

CUADRO N°39

DETALLE		GUÍA 1	GUÍA 1	
SUELDO BASE		318,00	318,00	
A. PATRONA	11,15%	35,46	35,46	
XIII SUELD	12%	26,50	26,50	
XIV SUELD	12%	26,50	26,50	
% VACAC.	24%	13,25	13,25	
FONDOS DE R.	12%	26,50	26,50	
IECE	0,5%	1,59	1,59	
SECAP	0,5%	1,59	1,59	
T. MENSU		449,39	449,39	898,77
TOTAL ANUAL		5.392,64	5.392,64	10.785,29

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: el autor

Mano de obra indirecta. Es la fuerza que labora que no se encuentra en contacto directo con el proceso de la fabricación de un producto que tiene que producir la empresa.

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA.

CUADRO N°40

DETALLE		SUPERVISOR DE SERVICIOS
SUELDO BASE		300,00
A. PATRONA	11,15%	33,45
XIII SUELD	12%	25,00
XIV SUELD	12%	26,50
% VACAC.	24%	12,50
FONDOS DE R.	12%	25,00
IECE	0,5%	1,50
SECAP	0,5%	1,50
T. MENSU		425,45
TOTAL ANUAL		5.105,40

Fuente: Ministerio de relaciones Laborales

Elaboración: el autor

GASTOS ADMINISTRATIVOS

PRESUPUESTO DE CARGOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO N°41

DETALLE	GERENTE	SECRETARIA	
SUELDO BASE	350,00	318,00	
A. PATRONA 11,15%	39,03	35,46	
XIII SUELD 12%	29,17	26,50	
XIV SUELD 12%	26,50	26,50	
% VACAC. 24%	14,58	13,25	
FONDOS DE R. 12%	29,17	26,50	
IECE 0,5%	1,75	1,59	
SECAP 0,5%	1,75	1,59	
T. MENSU	491,94	449,39	941,33
TOTAL ANUAL	5.903,30	5.392,64	11.295,94

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: el autor

Servicios básicos. Agrupa las asignaciones destinadas a la adquisición de servicios necesarios para el funcionamiento de las dependencias y entidades comprende servicios tales como: telefónico, energía eléctrica y agua, entre otros.

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS

CUADRO N°42

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD A REQUE	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
AGUA (M3)	m3	1,42	7	9,94	119,28
LUZ ELECTRICA (KW)	Kw/H	0,16	200	32,00	384,00
TELEFONO	min	0,60	60	36,00	432,00
TOTAL				77,94	935,28

Fuente: UMAPAL, EERSSA, CNT

Elaboración: el autor

Útiles de aseo. Son aquellos utensilios necesarios para mantener el aseo en la oficina.

PRESUPUESTO DE ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA.

CUADRO N°43

ESPECIFICACIONES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
ESCOBAS	2	2,00	4,00	48,00
TRAPEADORES	1	3,00	3,00	36,00
RECOGEDOR	1	3,50	3,50	42,00
FRANELA	1	1,00	1,00	12,00
TOTAL			11,50	138,00

Fuente: Almacenes de la ciudad de Loja

Elaboración: el autor

Materiales de Oficina. Son todos los materiales que servirán para llevar a efecto las actividades de la función administrativas

PRESUPUESTO DE SUMINISTROS DE OFICINA.

CUADRO N°44

ESPECIFICACIONES	CANTIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
ESFEROS	3	0,30	0,90	10,80
LAPIZ	2	0,30	0,60	7,20
CORRECTOR	1	0,30	0,30	3,60
BORRADOR	1	0,25	0,25	3,00
GRAPAS	1	1,00	1,00	12,00
PAPEL BOND(RESMA)	1	3,00	3,00	36,00
TOTAL			6,05	72,60

Fuente: La Reforma

Elaboración: el autor

GASTOS DE VENTAS.

Publicidad. La publicidad hace referencia a los medios por los cuales la empresa dará conocer los servicios que ofrece.

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD.

CUADRO N°45

ESPECIFICACIONES	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
HOJAS VOLANTES	100	0,05	5,00	60,00
CUÑAS RADIALES	20	2,00	40,00	480,00
ANUNCIOS PRENSA	12	5,00	60,00	720,00
TOTAL			105,00	1.260,00

Fuente: Proformas, radio luz y vida, la Hora

Elaboración: el autor

RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO.

CUADRO N°46

ESPECIFICACIONES	VALOR ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA	1.0785,29
MANO DE OBRA INDIRECTA	5.105,40
SERVICIOS BASICOS	935,28
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	11.295,94
SUMINISTRO DE OFICINA	72,60
UTILES DE ASEO	138,00
PUBLICIDAD	1260
TOTAL	29.592,51

Fuente: cuadro n° 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45

Elaboración: el autor

RESUMEN DE LA INVERSIÓN

Aquí se realiza la clasificación de las cuentas con sus respectivos valores que pertenecen al capital de operación.

RESUMEN DE LA INVERSIÓN

CUADRO N°47

ACTIVO FIJO	SUBTOTAL MENSUAL	N° CUADRO	TOTAL
	34905		34905,00
TERRENO	20000	N°30	
OBRA CIVIL	8574	N°31	
MAQUINARIA EQUIPO	4100	N°32	
KIT DE HERRAMIENTAS	50,00	N°33	
MUEBLES ENSERES	1440	N°35	
EQUIPO DE OFICINA	71	N°34	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	670	N°36	
ACTIVO DIFERIDO	1300		1300,00
ESTUDIOS PRELIMINARES	600	N°38	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	300	N°38	
REGISTRO MARCAS PATENTES	200	N°38	
LEGALIDAD DE LA OPERACIÓN	200	N°38	
GASTO DE PRODUCCIÓN	2466,04		2466,04
MANO DE OBRA DIRECTA	898,77	N°39	
MANO DE OBRA INDIRECTA	425,45	N°40	
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
SERVICIOS BÁSICOS	77,94	N°42	
ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA	11,50	N°43	
SUELDOS Y SALARIOS	941,33	N°41	
SUMINISTROS DE OFICINA	6,05	N°44	
GASTO DE VENTAS			
PUBLICIDAD	105,00	N°45	205,50
TOTAL			36410,50

Elaboración: el autor

CUADRO DE INVERSIONES

CUADRO N°48

DESCRIPCION	COSTO TOTAL
ACTIVOS FIJOS	34.905,00
ACTIVOS DIFERIDOS	1.300,00
CAPITAL DE TRABAJO	205,50
TOTAL	3.6410,50

Fuente: Cuadro N°47

Elaboración: el autor

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

CUADRO N°49

CAPITAL	MONTO	PORCENTAJE
PROPIO (SOCIOS)	16.410,50	45,07%
AJENO(CFN)	20.000,00	54,93%
TOTAL	36.410,50	100,00

Fuente: Cuadro N°48

Elaboración: el autor

FINANCIAMIENTO EXTERNO

CUADRO N°50

MONTO	20.000,00	20.000,00
TASA	10,21%	0,1021
AÑOS	5	

Fuente: Banco de Loja

Elaboración: el autor

Amortización del crédito

CUADRO N°51

AÑO	SEMESTRE	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	DIVIDENDO ANUAL	SALDO FINAL
1	1	20.000,00	2.000,00	1021,00	5.939,90	18.000,00
	2	18.000,00	2.000,00	918,90		16.000,00
2	1	16.000,00	2.000,00	816,80	5.531,50	14.000,00
	2	14.000,00	2.000,00	714,70		12.000,00
3	1	12.000,00	2.000,00	612,60	5.123,10	10.000,00
	2	10.000,00	2.000,00	510,50		8.000,00
4	1	8.000,00	2.000,00	408,40	4.714,70	6.000,00
	2	6.000,00	2.000,00	306,30		4.000,00
5	1	4.000,00	2.000,00	204,20	4.306,30	2.000,00
	2	2.000,00	2.000,00	102,10		0,00

Fuente: Cuadro N°50

Elaboración: el autor

AMORTIZACIÓN DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS

CUADRO N°52

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO TOTAL	AÑOS	AMORTIZACIÓN
ESTUDIOS PRELIMINARES	1	600,00	5	120,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	2	300,00	5	60,00
REGISTROS-MARCA-PATENTES	3	200,00	5	40,00
LEGALIDAD DE LA OPERACIÓN	4	200,00	5	40,00
TOTAL				260,00

Fuente: Cuadro N°38

Elaboración: el autor

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS

La depreciación es la pérdida de valor contable que sufren los activos fijos por el uso a que se les somete y su función productora de renta. En la medida en que avance el tiempo de servicio, decrece el valor contable de dichos activos.

CUADRO DE DEPRECIACIÓN

CUADRO N°53

ACTIVO FIJO		VIDA UTIL	V. RESIDUAL	DEPRECIACION
EDIFICIO	8.574,00	10,00%	857,40	771,66
MAQUINARIA/EQUIPO	4.100,00	20,00%	820,00	656,00
EQUIPO DE OFICINA	71,00	20,00%	14,20	11,36
MUEBLE ENSERES	1.440,00	20,00%	288,00	230,40
HERRAMIENTAS	50,00	33,33%	16,67	11,11
COMPUTACIÓN	670,00	33,33%	223,33	148,87
TOTALES	14.905,00		2.219,60	1.829,40

Fuente: Cuadro N°31,32, 33, 34, 35, 36

Elaboración: el autor

COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN

Los costos totales de producción, se calcula con la tasa de inflación del 4,86%, del año 2012, para los 5 años de duración del proyecto, los mismos que se describen en el siguiente cuadro.

Costos totales de producción

CUADRO N°58

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
COSTO PRIMO					
Mano de Obra directa	10.785,29	11.309,45	11.859,09	12.435,44	13.039,81
mano de obra indirecta	5.105,40	5.353,52	5.613,70	5.886,53	6.172,61
COSTOS DE FABRICACIÓN					
Deprec. de maquinaria	656	656	656	656	656
Depreci. de Herramientas	11,11	11,11	11,11	11,11	11,11
Total Costo Producción	16.557,80	17.330,09	18.139,91	18.989,08	19.879,53
COSTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos administrativos	11.295,94	11.844,93	12.420,59	13.024,23	13.657,21
Útiles de oficina	72,60	76,13	79,83	83,71	87,78
Útiles de aseo	138,00	144,7068	151,74	159,11	166,85
servicios básicos	935,28	980,73	1028,40	1078,38	1130,79
Depreciación edificio	771,66	771,66	771,66	771,66	771,66
Deprec. mueble y enseres	230,4	230,4	230,4	230,4	230,4
Deprec. Equipo de Comp.	148,90	148,90	148,90	148,90	148,90
Deprec. Equipo de oficina	11,36	11,36	11,36	11,36	11,36
amortización activos D.	260	260	260	260	260
Total gastos Administra.	13.864,14	14.468,81	15.102,87	15.767,75	16.464,94
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad	1.260,00	1.321,24	1.385,45	1.452,78	1.523,39
Total de Gastos Ventas	1.260,00	1.321,24	1.385,45	1.452,78	1.523,39
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses de préstamo	1.939,90	1.531,50	1.123,10	714,70	306,30
Total Gasto. Financieros	1.939,90	1.531,50	1.123,10	714,70	306,30
COSTOS Y GASTOS TOTALES	33.621,84	34.651,63	35.751,33	36.924,31	38.174,15

Fuente: Cuadro N°47

Elaboración: el autor

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN.

Constituye el valor del servicio, el este precio se lo obtuvo dividiendo el costo total de producción para el número de visitas las cuales se las calculó en la capacidad utilizada.

COSTO UNITARIO DE PRODUCCION.

CUADRO N°59

AÑOS	COSTO DE PRODUCCIÓN	NUMERO DE VISITAS	COSTO UNITARIO
1	33.621,84	21.900	1,54
2	34.651,63	21.900	1,58
3	35.751,33	21.900	1,63
4	36.924,31	21.900	1,69
5	38.174,15	21.900	1,74

Fuente: Cuadro N°58
Elaboración: el autor

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO (P.V.P)

CUADRO N°60

AÑOS	COSTO DE PRODUCCIÓN	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA
1	1,54	50%	2,30
2	1,58	53%	2,42
3	1,63	55%	2,53
4	1,69	57%	2,65
5	1,74	60%	2,79

Fuente: Cuadro N°59
Elaboración: el autor

INGRESO POR VENTAS

CUADRO N°61

AÑOS	PRECIO DE VENTA PUBLICO	NUMERO DE VISITAS	INGRESOS POR VENTA
1	2,30	21.900	50.432,76
2	2,42	21.900	53.017,00
3	2,53	21900	55.414,56
4	2,65	21.900	57.971,17
5	2,79	21.900	61.078,65

Fuente: Cuadro N°60
Elaboración: el autor

Clasificación de los Costos

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por lo cual se hace necesario clasificarlos en:

Costos Fijos:

Se los puede definir como los gastos que se mantienen constantes dentro de ciertos límites que por su naturaleza resultan inversamente proporcionales al volumen de la producción de bienes o de sus ventas.

Costos Variables

Gastos que se realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de la producción o de sus ventas.

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS CINCO AÑOS

CUADRO N°62

RUBRO	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	C. FIJO	C. VARIAB	C. FIJO	C. VARIAB	C. FIJO	C. VARIAB
COSTOS DE PRODUCCION						
COSTO PRIMO						
Mano de Obra directa		10785,29		11859,09		13039,81
mano de obra indirecta	5.105,40		5613,70		6172,61	
COSTOS DE FABRICACION						
depreciación de maquinaria	656		656		656	
Depreciación de Herramientas	11,11		11,11		11,11	
TOTAL COSTO PRODUCCIÓN	5772,51	10785,29	6280,81	11859,09	6839,72	13039,81
COSTOS DE OPERACIÓN						
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos administrativos	11295,94		12420,59		13657,21	
Útiles de oficina	72,60		79,83		87,78	
Útiles de aseo	138,00		151,74		166,85	
servicios básicos		935,28		1028,40		1130,79
Depreciación edificio	771,66		771,66		771,66	
Deprec. mueble y enseres	230,40		230,40		230,40	
Deprec. Equipo de Comp.	148,90		148,90		148,90	
Deprec. Equipo de oficina	11,36		11,36		11,36	
amortización activos D.	260,00		260,00		260,00	
TOTAL GASTOS ADMINISTR.	12928,86	935,28	14074,47	1028,40	15334,15	1130,79
GASTOS DE VENTAS						
Publicidad	1260		1385,45		1523,39	
TOTAL DE GASTOS VENTAS	1260,00	0	1385,45	0,00	1523,39	0,00
GASTOS FINANCIEROS						
Intereses de préstamo	1939,90		1123,10		306,30	
TOTAL GAST. FINANCIEROS	1939,90		1123,10		306,30	
COSTOS Y GASTOS TOTALES	21.901,27	11.720,57	22.863,84	12.887,49	24.003,56	14.170,59

Fuente: Cuadro N°60
Elaboración: el autor

PUNTO DE EQUILIBRIO PRIMER AÑO

DATOS:

CUADRO N°62

COSTOS FIJOS	21.901,27
COSTOS VARIABLES	11.720,57
COSTOS TOTALES	33.621,84
VENTAS TOTALES	50.432,76
N° DE UNIDADES PRODUCIDAS	21.900

VENTAS

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$gPE = \frac{21.901,27}{1 - (11.720,57/50.432,76)}$$

$$PE = \frac{21.901,27}{1 - 0,232399904} \quad PE = \frac{21.901,27}{0,767600096}$$

$$PE = 28.532,14$$

CAPACIDA

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

$$PE = \frac{21.901,27}{50.432,76 - 11.720,57} \times 100$$

$$PE = \frac{21.901,27}{38.712,19} \times 100 \quad PE = 0,565746103 \times 100$$

$$PE = 56,57$$

PRODUCCION

$$PE = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$

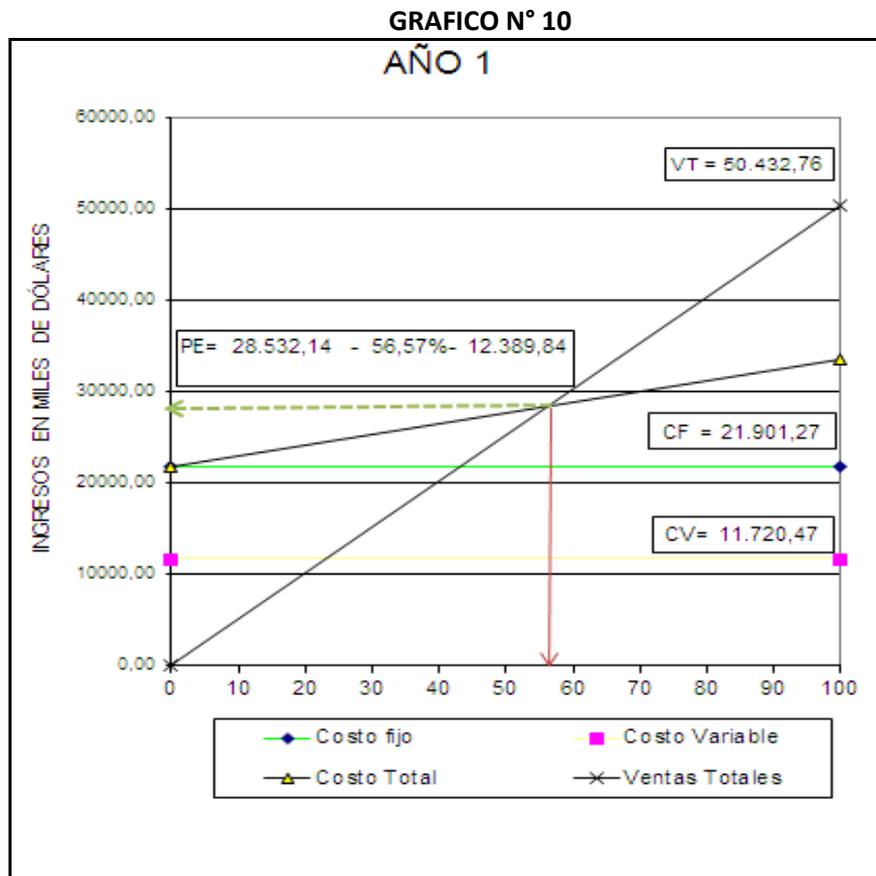
$$PE = \frac{21.901,27}{2,30 - 0,54}$$

$$PE = \frac{21.901,27}{1,77}$$

$$PE = 12.389,84$$

$$CVu = \frac{CVT}{N \text{ Unidades producidas}} \quad CVu = \frac{21.901,27}{21900} \quad CVu = 0,54$$

REPRESENTACION GRAFICA



Fuente: Cuadro N°62

Elaboración: el autor

PUNTO DE EQUILIBRIO TERCER AÑO

DATOS.

CUADRO N°63

COSTOS FIJOS	22.863,84
COSTOS VARIABLES	12.887,49
COSTOS TOTALES	35.751,33
VENTAS TOTALES	55.414,56
N° DE UNIDADES PRODUCIDAS	21.900

VENTAS

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = \frac{22.863,84}{1 - (12887,49/55.414,56)}$$

$$PE = \frac{22.863,84}{1 - 0,23256508}$$

$$PE = \frac{22.863,84}{0,76743492}$$

$$PE = 29.792,54$$

CAPACIDA

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

$$PE = \frac{22.863,84}{55.414,56 - 12.887,49} \times 100$$

$$PE = \frac{22.863,84}{42.527,07} \times 100 \quad PE = 0,53763023 \times 100$$

$$PE = 53,76$$

PRODUCCION

$$PE = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$

$$PE = \frac{22.863,84}{2,53 - 0,59}$$

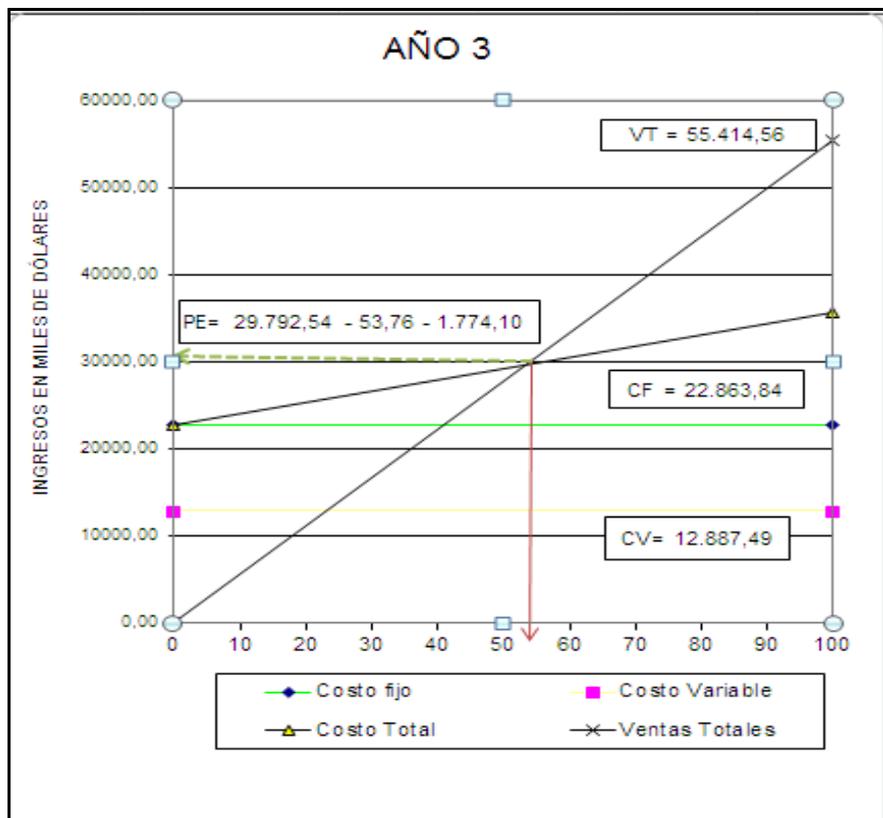
$$PE = \frac{22.863,84}{1,94}$$

$$PE = 11.774,10$$

$$CVu = \frac{CVT}{N \text{ Unidades producidas}} \quad CVu = \frac{22.863,84}{21900} \quad CVu = 0,59$$

REPRESENTACION GRAFICA

GRAFICO N° 11



Fuente: Cuadro N°63

Elaboración: el autor

PUNTO DE EQUILIBRIO QUINTO AÑO

DATOS.

CUADRO N°64

COSTOS FIJOS	24.003,56
COSTOS VARIABLES	14.170,59
COSTOS TOTALES	38.174,15
VENTAS TOTALES	61.078,65
N° DE UNIDADES PRODUCIDAS	21.900

VENTAS

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = \frac{24.003,56}{1 - (14.170,59/61.078,65)}$$

$$PE = \frac{22.003,56}{1 - 0,23200571}$$

$$PE = \frac{24.003,56}{0,76799429}$$

$$PE = 31.254,87$$

CAPACIDA

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

$$PE = \frac{24.003,56}{61.078,56 - 14.170,59} X 100$$

$$PE = \frac{24.003,56}{46.908,05} X 100 \quad PE = 0,51171512 X 100$$

$$PE = 51,17$$

PRODUCCION

$$PE = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$

$$PE = \frac{24.003,56}{2,79 - 0,65}$$

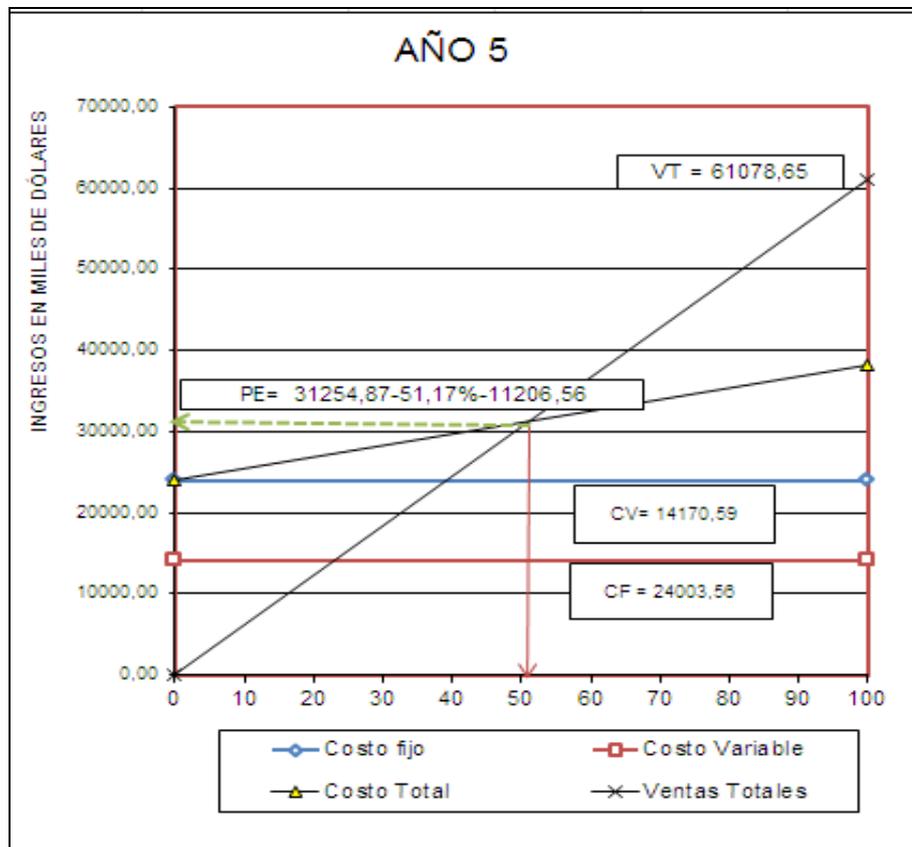
$$PE = \frac{24.003,56}{2,14}$$

$$PE = 11.206,56$$

$$CVu = \frac{CFT}{N \text{ Unidades producidas}} \quad CVu = \frac{24.003,56}{21900} \quad CVu = 0,65$$

REPRESENTACION GRAFICA

GRAFICO N° 12



Fuente: Cuadro N°64

Elaboración: el autor

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El Estado de Pérdidas y Ganancias, es un informe financiero que da muestra la rentabilidad de la empresa durante un período determinado, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la empresa obtuvo o espera tener.

CUADRO N°65

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ingreso Ventas anual	50.432,76	53.017,00	55.414,56	57.971,17	61.078,65
(-) Costo de Operación	33.621,84	34.651,63	35.751,33	36.924,31	38.174,15
Utilidad Bruta	16.810,92	18.365,37	19.663,23	21.046,86	22.904,49
15 % Para Trabajadores	2.521,64	2.754,80	2.949,48	3.157,03	3.435,67
Utilidad Ant. del Impuesto	14.289,28	15.610,56	16.713,75	17.889,83	19.468,82
25% Impuesto a la Renta	3.572,32	3.902,64	4.178,44	4.472,46	4.867,20
Utilidad Liquida	10.716,96	11.707,92	12.535,31	13.417,37	14.601,61

Fuente: Cuadro N°60, 61

Elaboración: el autor

Flujo de Caja

El flujo de caja operacional, indica el efectivo percibido o invertido como consecuencia de las actividades básicas de la empresa, Con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente futura.

CUADRO N°66

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ventas	50.432,76	53.017,00	55.414,56	57.971,17	61.078,65
Valor Residual					2.219,58
Total de Ingresos	50.432,76	53.017,00	55.414,56	57.971,17	63.298,22
Egresos					
Costo de Operación	31.532,41	32.562,20	33.661,90	34.834,88	36.084,72
15 % Para Trabajadores	2.521,64	2.754,80	2.949,48	3.157,03	3.435,67
25% Impuesto a la Renta	3.572,32	3.902,64	4.178,44	4.472,46	4.867,20
Valor del capital	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Total de Egresos	41.626,37	43.219,65	44.789,82	46.464,37	48.387,60
Flujo neto	8.806,39	9.797,36	10.624,74	11.506,80	14.910,62
(-) depreciaciones	1.829,43	1.829,43	1.829,43	1.829,43	1.829,43
(-) amortización activo diferido	260	260	260	260	260

Fuente: Cuadro N°61, 65

Elaboración: el autor

EVALUACIÓN FINANCIERA

Valor Actual Neto (VAN)

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual es decir, actualizar mediante una tasa todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Valor Actual Neto (VAN)

CUADRO N°67

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR. ACTUALIZADO. 10,21%	VALOR ACTUALIZ
1	8.806,39	0,907358679	7.990,55
2	9.797,36	0,823299772	8.066,16
3	10.624,74	0,747028194	7.936,98
4	11.506,80	0,677822515	7.799,57
5	14.910,62	0,615028142	9.170,45
sumatoria flujo actualizado			40.963,72
INVERSION			36.410,50
VALOR ACTUAL NETO			4.553,21

Fuente: Cuadro N°66

Elaboración: el autor

$$\text{VAN} = \text{SUMATORIA FLUJO NETO} - \text{INVERSIÓN INICIAL}$$

$$\text{VAN} = 40963,72 - 36410,50$$

$$\text{VAN} = 4.553,21$$

Análisis:

El proyecto se acepta debido a que su VAN es mayor a uno

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

TASA INTERNA DE RETORNO

CUADRO N°68

AÑOS	FUJO DE CAJA	FACTOR ACTUALI TAS MEN	VALOR ACTUALIZADO	FACTOR ACTUA TAS MAY	VALOR ACTUALI
0		14%	-36410,50356	15%	-36410,5036
1	8.806,39	0,877193	7.724,90	0,869565	7.657,73
2	9.797,36	0,769468	7.538,75	0,756144	7.408,21
3	10.624,74	0,674972	7.171,39	0,657516	6.985,94
4	11.506,80	0,592080	6.812,95	0,571753	6.579,05
5	14.910,62	0,519369	7.744,11	0,497177	7.413,22
			581,60		-366,36

Fuente: Cuadro N°66

Elaboración: el autor

$$TIR = T_m + Dt \frac{(VAN_{menor})}{VAN_{menor} - (VAN_{mayor})}$$

$$TIR = 14 + 1,00 \frac{581,60}{366,36}$$

$$TIR = 14,61 \%$$

Análisis:

El proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad del dinero. La misma que es del 14,61%

RELACION BENEFICIO COSTO R (B / C)

Es un indicador que permite conocer en unidades monetarias el rendimiento que se espera de una inversión, indica el rendimiento por cada unidad monetaria invertida.

Relación beneficio costo

Cuadro n°69

AÑOS	COSTO OPERA	FACT ACTUALI	VALOR ACTUALI COSTO	INGRESO VENTA	FACTOR ACTUALIZ	VALOR ACTUALIZA INGRE
0		10,21%			10,21%	
1	33.621,84	0,907358679	30.507,07	50432,76	0,90735868	45.760,60
2	34.651,63	0,823299772	28.528,68	53017,00	0,82329977	43.648,88
3	35.751,33	0,747028194	26.707,25	55414,56	0,74702819	41.396,24
4	36.924,31	0,677822515	25.028,13	57971,17	0,67782251	39.294,16
5	38.174,15	0,615028142	23.478,18	61078,65	0,61502814	37.565,09
			85.743,00			13.0805,72

Fuente: Cuadro N°65

Elaboración: el autor

$$R(B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R (B/C) = 130805,72$$

$$85743,00$$

$$R (B/C) = 1,52 \text{ Dólares}$$

Análisis:

El proyecto se acepta debido a que su R (B/C) es mayor a uno.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

Este nos permite conocer el tiempo en el que se va a recuperar la inversión inicial, se utiliza los valores del flujo de caja y el monto total de la inversión

Periodo de recuperación del capital

Cuadro n°70

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJOS
0	36.410,50	
1		8.806,39
2		9.797,36
3		10.624,74
4		11.506,80
5		14.910,62
sumatoria flujos		55.645,91

Fuente: Cuadro N°67

Elaboración: el autor

$$P. R. C = \frac{INVERSION + \Sigma FLUJO (\text{ año supera la inversión})}{\Sigma FLUJO NETO (\text{ antes de superar la inversión})}$$

$$P. R. C = \frac{36.410,50 + 40.735,29}{29.228,49}$$

$$P.R.C. = 2,63 \quad \text{años}$$

$$0,639403 \times 12 = 7 \text{ meses}$$

$$0.67316 \times 30 = 20 \text{ días}$$

La inversión se recuperará en 2 años 7 meses 20 días

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 25,63% EN LOS COSTOS

Cuadro n°70

AÑOS	COSTO OPER ORIGINAL	INCREM COSTO	INGRESO ORIGINA	FLUJO NETO	FACTOR ACTULI TAS MEN	VALOR ACTUALI	FACT ACTUALI TAS MAY	VALOR ACTUALI
0		25,63%			12%	-36410,50	13%	-36.410,50
1	33.621,84	42.239,12	50.432,76	8.193,64	0,892857	7.315,75	0,884956	7.251,01
2	34.651,63	43.532,85	53.017,00	9.484,15	0,797194	7.560,71	0,783147	7.427,48
3	35.751,33	44.914,39	55.414,56	10.500,16	0,711780	7.473,81	0,693050	7.277,14
4	36.924,31	46.388,01	57.971,17	11.583,16	0,635518	7.361,31	0,613319	7.104,17
5	38.174,15	47.958,19	61.078,65	13.120,46	0,567427	7.444,90	0,542760	7.121,26
						745,97		-229,44

Fuente: Cuadro N°69

Elaboración: el autor

$$NTIR = Tm + Dt \frac{(VANmenor)}{VANmenor - (VANmayor)}$$

$$NTIR = 12,00 + 1 \frac{745,97}{975,42} = 12,76\%$$

$$\text{Diferencias TIR} = 14,61 - 12,76 = 1,85 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 1,85 / 14,61 = 12,65\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 12,65 / 12,76 = \mathbf{0,9910}$$

Análisis:

El proyecto no es sensible y resiste un incremento en los costos del 25,63%

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON UN DECREMENTO DEL 16,58% EN LOS INGRESOS

Cuadro n°71

AÑOS	COSTO	INGRESO	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	ORIGINAL	16,58%	NETO	12,00%	MENOR	13,00%	MAYOR
0						-36410,50		-36410,50
1	33.621,84	50.432,76	42.071,01	8.449,17	0,8928571	7.543,90	0,8849558	7.477,14
2	34.651,63	53.017,00	44.226,78	9.575,15	0,7971939	7.633,25	0,7831467	7.498,75
3	35.751,33	55.414,56	46.226,82	10.475,50	0,7117802	7.456,25	0,6930502	7.260,04
4	36.924,31	57.971,17	48.359,55	11.435,24	0,6355181	7.267,30	0,6133187	7.013,45
5	38.174,15	61.078,65	50.951,81	12.777,65	0,5674269	7.250,38	0,5427599	6.935,20
						740,58		-225,93

Fuente: Cuadro N°69
Elaboración: el autor

$$NTIR = Tm + Dt \frac{(VANmenor)}{VANmenor - (VANmayor)}$$

$$NTIR = 24,00 + 1 \frac{740,58}{966,51} = 12,77\%$$

$$\text{Diferencias TIR} = 14,61 - 12,77 = 1,85 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 1,85 / 14,61 = 12,64\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 12,64 / 12,77 = 0,9901$$

Análisis:

El proyecto no es sensible y resiste un decremento en los ingresos del 16,58%

h. CONCLUSIONES

En cuanto a los resultados obtenidos en el presente trabajo, tendiente a la factibilidad de crear un parque temático en la ciudad de Loja, se ha considerado conveniente señalar, las siguientes conclusiones en referencia a este:

- Se determinó que los principales factores que favorecen directamente la creación de un parque temático en la zona, son, la necesidad de recreación por parte de los habitantes y la poca existencia de lugares aptos para el entretenimiento de los mismos en ambiente familiar.
- en el mercado lojano no existe ningún negocio que brinde el servicio como es un parque temático infantil, este es un mercado que posee grandes posibilidades y con muchas oportunidades de crecimiento ya que no ha sido explotado aun en la ciudad convirtiéndose así en la principal ventaja competitiva.
- En el parque temático es un lugar donde los clientes van a compartir un momento ameno en compañía, en un ambiente agradable exclusivo y un servicio atento para así lograr satisfacer al cliente.
- A través de la investigación de mercado se logró ver que si existe gente que aprecia la variedad e innovación en servicios recreativos, servicios que pretende ofrecer, ya que generalmente los negocios que actualmente hay en el mercado son muy repetitivos, existe una necesidad latente por parte del cliente en buscar nuevas alternativas recreativas que cumplan con sus expectativas.

i. RECOMENDACIONES

- El parque debe mantener siempre muy en alto el tema de la publicidad, ya que por ser un sitio turístico, el fin de este es atraer la mayor cantidad de público posible, y esto solo se logra teniendo una buena publicidad a mano.
- El desarrollo e invasión del producto es uno de los factores más importantes para cada empresa y en especial es muy valorado por el cliente, es importante ser innovadores con productos nuevos para mantener a los clientes satisfechos y a gusto, ya que los mismos son considerados el mejor capital que el negocio tiene.
- Siendo pecklandy pioneros en el servicio que ofrece en la ciudad, deberá cuidar su imagen, calidad y en el servicio que ofrece desde sus inicios, con la finalidad de afianzar la relación con sus clientes y proveedores.
- En muchas ocasiones el éxito del negocio depende del grado de satisfacción que provoque el servicio, sería recomendable que todos los servicios que la empresa ofrezca a sus clientes cubran o sobrepasen las expectativas que tiene el mismo, razón por la cual es necesario a cada uno de los clientes una atención única para ir estableciendo sugerencias y mejoras al servicio que se pretende brindar.

j. BIBLIOGRAFIA

- CORNEJO, K., FLORES J., RODRÍGUEZ D.,(2007) Tesis de Grado “Propuesta de Equipamiento Turístico en el Sector de Canoa y su Operatividad”,.207 paginas
- **STEPHANY NARANJO LARREA (2010)** “Plan de negocios park de diversiones - DREAM LAND en la ciudad de Guayaquil” 105 paginas
- ORTIZ ZAMBRANO JESMAR ASTRID (2010) “diseño de una propuesta de inversión para la creación de un parque temático entre VUELOS y ÑAPAS en el estado de bolívar OTESUM” 147 paginas.
- *KOTLER, Philip ;(2003). Fundamentos de Marketing, 6ª edición, Pearson Educación de México, S.A. de C.V, pp. 712 páginas. ISBN 970-26-0400-1.*
- JEROME MCCARTHY Y WILLIAM PERRAULT. (2008). "Marketing, Planeación Estratégica., 2ª edición, pp. 424 páginas. ISBN 978-84-454-1403-3
- SAPAG CHAIN Nassir y Reinaldo, **PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS**, 3ra. Edición, McGRAW-HILL
- PASACA MORA; Manuel Enrique. **Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión**, Loja Ecuador 2004, pág. 1-64.

k. ANEXOS



ENCUESTA

Como estudiante del X Modulo, de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja; me dirijo a usted con la finalidad de pedirle su colaboración para responder la siguiente encuesta por medio de la cual se persigue realizar el análisis respectivo sobre la creación y diseño de un parque temático infantil en la ciudad de Loja.

Datos del encuestado.

EDAD () ESTADO CIVIL () SEXO ()
NÚMERO DE HIJOS ()

1. ¿Con qué frecuencia visita usted lugares de atracción?

Mensual ()
Fin de semana ()
Nunca ()

2. ¿cuándo sale a divertirse viaja con su familia?

SI () NO ()

3. ¿Conocen ustedes un parque temático en la ciudad?

SI () NO ()

4. ¿Le gustaría visitar a ustedes un parque temático?

SI () NO ()

5. ¿Conoce usted lugares infantiles con distracciones familiares?

SI () NO ()

6. ¿Conocen ustedes un parque infantil que contenga una temática en el diseño del establecimiento, así como en sus áreas de juegos, restaurante y teatro?

SI () NO ()

7. ¿Le gustaría pasar una tarde mágica con su familia en un lugar donde se encuentre juegos para grandes y chicos, servicio de restaurante, obras de teatro y obsequios para los niños?

SI ()

NO ()

8. ¿Pagaría usted por el servicio del parque infantil?

SI ()

NO ()

9. ¿Si existiera un Parque Temático infantil en la ciudad de Loja Estaría dispuesto a visitar?

SI ()

NO ()

10. ¿Qué tipos de juegos le gustaría encontrar en un parque temático infantil?

Muro de escalada ()

Túnel mega grande para pequeños ()

Saltares ()

Resbaladeras y juegos de estimulación. ()

Carrusel ()

Mini mundo para pequeños con bancos, bomberos, teatro ()

11. ¿De qué medio de prensa le gustaría recibir información de un parque temático infantil?

Revistas () Periódicos () Televisivos ()

Radial () Vallas Publicitarias ()

ÍNDICE

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN.....	II
AUTORÍA.....	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
a. TITULO	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	4
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	25
f. RESULTADOS.....	28
g. DISCUSIÓN	40
h. CONCLUSIONES	99
i. RECOMENDACIONES	100
j. BIBLIOGRAFÍA	101
k. ANEXOS	102
ÍNDICE.....	104