



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

CONTRIBUIR AL SECTOR RECREATIVO A TRAVÉS DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PARQUE DE DIVERSIÓN FAMILIAR, UBICADA EN EL SECTOR CENTRO DE MACHACHI, EN EL PERIODO 2017-2018.

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera

Autora: Carla Paola Sambache Toasa

Director: Ing. Keyerman Modesto Toapanta Cisneros

Quito, Junio 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

Quito, 14 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de titulación del Sr. (Srta) **SAMBACHE TOASA CARLA PAOLA** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: **CONTRIBUIR AL SECTOR RECREATIVO A TRAVÉS DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PARQUE DE DIVERSIÓN FAMILIAR, UBICADA EN EL SECTOR CENTRO DE MACHACHI, EN EL PERIODO 2017-2018.** una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas, adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

ING. KEYERMAN TOAPANTA

Tutor del Proyecto

ING. SOCORRO TORRES

Lector del proyecto



ING. EDUARDO VASCONEZ
Revisor de Proyectos



DR. PATRICIO GUANOPATIN
Director de Escuela (E)



MSC. GEOVANNI URBINA
Coordinador Unidad de Titulación

CAMPUS 1 - MATRIZ
Av. de la Frasca N45-258 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269300
E-mail: instituto@cordilleraeduc.ec
Pág. Web: www.cordilleraeduc.ec
Quito - Ecuador

CAMPUS 2 - LOGROÑO
Calle Logroño De 2-84 y
Av. de la Frasca (esq.)
Edif. Cordillera
Teléfono: 2430493 / Fax: 2433649

CAMPUS 3 - BRACAMOROS
Bracamoros N15 - 163
y Yacumbi (esq.)
Teléfono: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL
Jv. Brasil N46-45 y
Zamora
Teléfono: 2246036

CAMPUS 5 - YACUMBÍ
Yacumbí
De 2-36 y
Bracamoros.
Teléfono: 2249994

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



CARLA PAOLA SAMBACHE TOASA

CI: 172493786-5

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Carla Paola Sambache Toasa** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **172493786-5** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **CONTRIBUIR AL SECTOR RECREATIVO A TRAVÉS DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PARQUE DE DIVERSIÓN FAMILIAR, UBICADA EN EL SECTOR CENTRO DE MACHACHI, EN EL PERIODO 2017-2018.** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



CARLA PAOLA SAMBACHE TOASA

CI: 172493786-5

Quito, 14/05/2018

AGRADECIMIENTO

Primeramente quiero agradecer a Dios por darme la oportunidad de llegar a esta etapa de mi vida de poder cumplir mis objetivos y culminar mi carrera profesional.

Agradezco a mi Padre Carlos Sambache, mi Madre Norma Toasa por todo su apoyo incondicional, por sus valores, gracias por siempre apoyarme con sus consejos su apoyo moral ya que sin su ayuda no hubiera podido llegar hasta este final de mi carrera.

A mi esposo, mi sobrino, mis abuelitos que ellos han sido un pilar fundamental para culminar mi carrera para mis angelitos que desde el cielo me dan el valor y la fuerza para seguir adelante y poder comenzar una nueva vida profesional.

A mis docentes que me han impartido sus conocimientos durante toda la carrera y por enseñarme el camino correcto de mi profesión y a mi director de tesis Ing. Keyerman Toapanta que sin su apoyo no estaría cumpliendo esta meta.

GRACIAS A TODOS

DEDICATORIA

Especialmente para ti madre por ser una mujer luchadora

Por ser esa persona incondicional que ha estado a mi lado

Por siempre brindarme un consejo y no dejarme vencer

Con ningún obstáculo.

A mi esposo y sobrino que han sido el pilar fundamental

Durante el transcurso de mi carrera.

A mi hermana que siempre me motivo a seguir adelante.

Es por esto lo que soy ahora y por ustedes.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	xviii
CAPÍTULO I.....	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes	3
CAPÍTULO II	9
2. Análisis Situacional.....	9
2.01 Entorno externo	9
2.01.01 Factor Económico	9
2.01.01.01 Inflación	10
2.01.01.02 Tasa de Interés.....	11
2.01.01.03 Tasa de interés Activa	11
2.01.01.04 Producto Interno Bruto.....	12
2.01.01.05 Riesgo país	12
2.01.02 Factor Social.....	13
2.01.02.01 Población Económicamente Activa	14
2.01.02.02 Clase Social.....	14
2.01.02.03 Empleo adecuado	15
2.01.03 Factor Legal	16
2.01.03.01. Requisitos para la implementación de un parque de diversión familiar	16
2.01.04 Factor Ambiental.....	20

2.01.05 Factor Político	20
2.01.05.01 Impuestos	20
2.02 Entorno Local.....	21
2.02.01 Clientes.....	21
2.02.02 Proveedores	22
2.02.03. Competidores	23
2.03 Matriz FODA	23
2.04 Propuesta Estratégica	24
2.04.01. Misión	24
2.04.01.02 Visión.....	25
2.04.03. Objetivos	26
2.04.03.01 Objetivo general	26
2.04.03.02 Objetivos específicos	26
2.04.04 Principios y Valores	27
2.04.04.01 Principio	27
2.04.04.02 Valor.....	28
2.04.05 Gestión Administrativa	29
2.04.05.01 Planificación.....	29
2.04.05.01.01 Cronograma.....	29
2.04.05.02 Organización	30
2.04.05.02.01 Organigrama Funcional.....	30
2.04.05.02.02 Manual de Funciones	31
2.04.05.03 Dirección	35
2.04.05.04 Control	37
2.04.05.04.01 Control de Asistencia Laboral.....	38
2.04.06 Gestión Operativa.....	38
2.04.07.01 Producto	41
2.04.07.02 Precio	41
2.04.07.03 Plaza	42
2.04.07.04 Promoción	42
2.04.07.05 Publicidad.....	43
2.04.07.05.01 Manual de Gestión Comercial de Aventura Park.....	44
CAPÍTULO III.....	51
3. Estudio de mercado	51
3.01 Análisis del consumidor.....	51

3.01.01 Determinación de la Población y Muestra	53
3.01.01.01 Población.....	53
3.01.01.02 Muestra.....	54
3.01.02 Técnicas de obtención de la información.....	55
3.01.02.01 Encuesta	55
3.01.02.01.01 Modelo de la Encuesta	56
3.01.03 Análisis de la información	57
3.02 Oferta.....	73
3.02.01 Oferta Histórica.....	73
3.02.03 Oferta Futura	74
3.03 Demanda	75
3.03.01 Demanda Histórica.....	75
3.03.02 Demanda Actual.....	76
3.03.03 Demanda Futura	77
3.04 Balance Oferta – Demanda	77
3.04.01 Balance Oferta – Actual	77
3.04.02 Balance Oferta – Futura	78
CAPÍTULO IV.....	79
4. Estudio Técnico.....	79
4.01 Tamaño del Proyecto.....	79
4.01.01 Equipo requerido.....	80
4.01.02 Mano de Obra.....	80
4.01.03 Variables de viabilidad.....	81
4.01.04 Capacidad Instalada	82
4.01.05 Capacidad Óptima.....	83
4.02 Localización	84
4.02.01 Macro - Localización	84
4.02.02 Micro – localización.....	85
4.02.03 Localización Óptima	86
4.03 Ingeniería del producto	88
4.03.01 Definición del Servicio	88
4.03.02 Distribución de la planta	89
4.03.03 Matriz S.L.P	90
4.03.04 Proceso Productivo	91
4.03.04.01 Descripción de Actividades.....	93

4.03.5 Equipo Requerido.....	94
4.03.06 Equipos de Cómputo	94
4.03.07 Muebles de oficina	95
4.03.08 Equipo de Oficina	95
4.03.09 Suministros de Oficina.....	95
4.03.10 Suministros de limpieza	96
CAPÍTULO V	97
5. Estudio Financiero	97
5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales	97
5.01.01 Ingresos Operacionales	97
5.02 Gastos.....	98
5.02.01 Gastos Administrativos	98
5.02.02 Gasto de Venta	99
5.02.03 Gastos Financieros	99
5.02.04 Costos Fijos.....	100
5.03 Inversiones	101
5.03.01 Inversión Fija	101
5.03.02 Activos Fijos	102
5.03.03 Activos Nominales	102
5.03.04 Capital de trabajo	103
5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	103
5.03.06 Amortización de financiamiento	104
5.03.07 Depreciaciones	106
5.03.08 Estado de situación inicial.....	106
5.03.09 Estado de resultados proyectados.....	107
5.03.10 Flujo de caja	109
5.04 Evaluación Financiera.....	109
5.04.01 Tasa de descuento	109
5.04.02 VAN (Valor Actual Neto).....	110
5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno)	110
5.04.04 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	111
5.04.05 RBC (Relación costo beneficio).....	111
5.04.06 Punto de Equilibrio	112
5.04.07 Análisis de índices financieros.....	113
5.04.07.01 ROE.....	114

5.04.07.02 ROA	115
5.04.07.03 ROI.....	115
CAPÍTULO VI.....	117
6.01 Impacto Ambiental.....	117
6.02 Impacto Económico	118
6.03 Impacto Social.....	120
6.04 Impacto Productivo	121
CAPÍTULO VII	122
7.01 Conclusiones	122
7.02 Recomendaciones.....	123
ANEXOS	125
BIBLIOGRAFÍA	130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Inflación del Ecuador	10
Tabla 2: Tasa de interés activa	11
Tabla 3: Riesgo País Ecuador	13
Tabla 4: Clientes	22
Tabla 5: Proveedores.....	22
Tabla 6: Competidores	23
Tabla 7: Matriz FODA Oportunidades	24
Tabla 8: Matriz FODA Amenazas	24
Tabla 9: Matriz Axiológica de Principios	27
Tabla 10: Matriz Axiológica de Valores.....	28
Tabla 11: Perfil de desempeño del Gerente General.....	32
Tabla 12: Perfil de un Cajero	33
Tabla 13: Perfil de Personal de Limpieza	34
Tabla 14: Perfil del Personal de Juegos	35
Tabla 15: Control de Asistencia Laboral	38
Tabla 16: Población.....	53
Tabla 17: Modelo de la Encuesta	56
Tabla 18: Género.....	58
Tabla 19: Edad	59
Tabla 20: Pregunta 1	60
Tabla 21 : Pregunta 2	61
Tabla 22 : Pregunta 3	62
Tabla 23: Pregunta 4	64
Tabla 24: Pregunta 5	65
Tabla 25: Pregunta 6	66
Tabla 26: Pregunta 7	67
Tabla 27: Pregunta 8	68
Tabla 28: Pregunta 9	70
Tabla 29: Pregunta 10	71
Tabla 30: Pregunta 11	72
Tabla 31: Oferta Histórica.....	73
Tabla 32: Oferta Actual.....	74
Tabla 33: Oferta Futura.....	75

Tabla 34: Demanda Histórica.....	76
Tabla 35: Demanda Futura.....	77
Tabla 36: Balance de Oferta- Demanda Actual	77
Tabla 37: Balance de Oferta-Demanda Futura.....	78
Tabla 38: Equipo requerido.....	80
Tabla 39: Mano de obra	80
Tabla 40: Recursos Financieros	81
Tabla 41: Intereses	82
Tabla 42: Hoja de Automatización	83
Tabla 43: Servicio	83
Tabla 44: Servicio Óptimo	84
Tabla 45: Macro-Localización	85
Tabla 46: Micro-Localización.....	86
Tabla 47: Localización por puntos.....	87
Tabla 48: Distribución de la Planta.....	89
Tabla 49: Códigos de cercanía	90
Tabla 50: Equipo Requerido	94
Tabla 51: Equipos de cómputo.....	94
Tabla 52: Muebles de oficina.....	95
Tabla 53: Equipos de oficina	95
Tabla 54: Suministros de oficina	96
Tabla 55: Suministros de limpieza.....	96
Tabla 56: Ingresos Anuales.....	97
Tabla 57: Gastos Administrativos.....	98
Tabla 58: Gastos de Venta	99
Tabla 59: Gastos Financiera.....	100
Tabla 60: Gastos Administrativos.....	100
Tabla 61: Gastos de Venta	101
Tabla 62: Inversión Fija	101
Tabla 63: Activos Fijos	102
Tabla 64: Activos Nominales.....	102
Tabla 65: Capital de Trabajo.....	103
Tabla 66: Fuentes de Financiamiento	104
Tabla 67: Amortización de Financiamiento.....	105
Tabla 68: Depreciaciones.....	106

Tabla 69: Estado de Situación Inicial.....	107
Tabla 70: Estado de Resultados	108
Tabla 71: Declaración de Impuesto a la Renta.....	108
Tabla 72: Flujo de Caja	109
Tabla 73: Tasa de Descuento	109
Tabla 74: Valor Actual Neto	110
Tabla 75: Tasa Interna de Retorno	111
Tabla 76: Periodo de Recuperación de la Inversión.....	111
Tabla 77: Relación Costo Beneficio	112
Tabla 78: Punto de Equilibrio	112
Tabla 79: ROE.....	114
Tabla 80: ROA	115
Tabla 81: ROI.....	116

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Producto Interno Bruto	12
Figura 2: PEA.....	14
Figura 3: Clase Social	15
Figura 4: Empleo.....	16
Figura 5: Recaudación de Impuestos tributarios.....	21
Figura 6: Cronograma	29
Figura 7: Organigrama Funcional	30
Figura 8: Cadena de valor	39
Figura 9: Mapa de Ubicación.....	42
Figura 10: Redes Sociales	43
Figura 11: Instagram	44
Figura 12: Logotipo	45
Figura 13: Isotipo	45
Figura 14: Isologo	46
Figura 15: Slogan	46
Figura 16: Modulación Grafica.....	48
Figura 17: Tarjetas de presentación	48
Figura 18: Banner o Roll up.....	49
Figura 19: Camisetas.....	49
Figura 20: Gorras	50
Figura 21: Esferos	50
Figura 22: Pirámide de Maslow	52
Figura 23: Género	58
Figura 24: Edad.....	59
Figura 25: Pregunta 1	60
Figura 26: Pregunta 2	61
Figura 27: Pregunta 3	63
Figura 28: Pregunta 4.....	64
Figura 29: Pregunta 5	65
Figura 30: Pregunta 6.....	66
Figura 31: Pregunta 7.....	68
Figura 32: Pregunta 8.....	69
Figura 33: Pregunta 9.....	70

Figura 34: Pregunta 10	71
Figura 35: Pregunta 11	72
Figura 36: Demanda Actual	76
Figura 37: Logo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Manantial de Oro	82
Figura 38: Macro Localización	85
Figura 39: Micro Localización	86
Figura 40: Factores Relevantes	88
Figura 41: Grados de cercanía.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 42: Plano del parque Aventura Park	91
Figura 43: Símbolos del Diagrama de Flujo	92
Figura 44: Diagrama de flujo funcional	93
Figura 45: Punto de Equilibrio	113

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Resbaladeras Gigantes.....	125
Anexo 2: Laberintos.....	125
Anexo 3: Pelotas	125
Anexo 4: Piscina de Pelotas	126
Anexo 5: Juego área niños	126
Anexo 6: Pared de escalar.....	126
Anexo 7: Computadora	127
Anexo 8: Impresora de recibos	127
Anexo 9: Escritorio	127
Anexo 10: Tanden.....	128
Anexo 11: Teléfono.....	128
Anexo 12: Proforma de Mueblima.....	129
Anexo 13: Proforma de Peckelandia.....	129

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto radica en realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una Parque de Diversión Familiar en el sector de Machachi, ofreciendo un servicio de juegos innovador en el para todas las personas del sector en el cual se ejecutó un estudio de aceptación del Parque.

Desde el punto de vista se abre la oportunidad de implementar un Parque de Diversión Familiar que otorgue servicios, con una variedad de juegos ya que en el sector no existe ningún tipo de estos parques que atiendan las necesidades de los consumidores, está enfocado a personas de la clase media y atraer mayor aporte turístico al sector además generar fuentes de ingresos y empleos estables.

Aventura Park en el análisis financiero se llegará a la preparación del estado de situación inicial cuadrando con total de activos de \$347.662,84 y pasivos de \$347.662,84 con una utilidad Neta de 19.310,53, culminado con la evaluación del mismo que será a través del VAN con 26.164,42 tasa de descuento de 14,55%, una TIR de 34,66%, PRI de 2 años 11 meses 15 días, Relación Costo Beneficio con 1.76 establecida que por cada dólar invertido tendremos 0.76 de ganancia. Con el punto de equilibrio vemos cual capacidad de servicios que se debe realizar para no ganar ni perder llegando a realizar 11.607 servicios con un ingreso de 52.231,01.

Al realizar el análisis financiero que se empleara los índices de indicadores financieros como el ROE su resultado obtenido es de 62%, EL ROI igual a 41 % y el ROA con 49%.

A lo largo del estudio se representa que si existe la factibilidad de poner en marcha el proyecto con las respectivas recomendaciones.

ABSTRACT

This project is based in studying the feasibility for the implementation of a family park based in Machachi (Quito – Ecuador), the advantage of this is that it will provide a good recreational park for the people of that county, where after several key studies it was accepted.

From the main point of view, it will open a new opportunity of implementation that it will grant a variety of games, likewise this project will be a good place for the people of that area as there isn't anything like this project anywhere else in Machachi. This project focuses in middle class people and to create a permanent tourist like place, and also to provide new employment and the most important to increase the economy in Machachi.

In the financial studies Aventura Park will reach for the preparation costing \$347662,84 with a net profit of \$19.310,53, with a VAN of \$26.164,42, a discount rate of 14,55%, a TIR of 34,66%, PRI of two years eleven months and fifteen days to be precise, also adding that for every dollar invested we will have \$0.76 of profit.

Balancing everything we will analyse what will be the service capacity so that we will not lose or gain if we produce 11.607 services with an income of \$52.231,01.

When we do the financial analysis that will implicate ROE at 62%. ROI is at 41% and ROA at a 49%.

After a full study of this project we concluded by using facts and figures, that this project is liable to set a predicted starting date following all the right and legal procedures.

INTRODUCCIÓN

La propuesta de la creación de un parque de diversión familiar es un proyecto que quiere medir la viabilidad y aceptación para la puesta en marcha de este parque y así contribuir al crecimiento económico y aportar al sector recreativo.

Este comprende la creación de un parque de diversión familiar, centralizar en aportar a todos nuestros consumidores que tengan un momento de distracción y relax disfrutando del servicio.

Este comprende la implementación de un parque de diversión familiar, que aportará al sector recreativo, centrando su atención en el valor que brinda los servicios de juegos infantiles, partiendo de sus novedosas actividades que se adapten a las necesidades del consumidor y respete al medio ambiente en su proceso de implementación.

El principal propósito es satisfacer las necesidades de una población ya que en el sector de Machachi no existe ningún tipo de parques de diversión en la cual con la implementación de este podrán disfrutar en familia de todos los juegos que estarán al servicio de todos, con la finalidad de convertir oportunidades y factores positivos identificados en una ventaja competitiva que les sirva para incursionar en el mercado con un concepto innovador social y cultural para el beneficio del consumidor.

Es así que la innovación de este parque de diversión familiar teniendo en cuenta que este proyecto que se está realizando es dirigido a la población en general, escuelas, colegios y fundaciones del sector de Machachi.

El plan de negocio que se realizará es de saber cada uno de los recursos que la empresa tiene para poder llevar a cabo los objetivos y metas que se ha propuesto en el proyecto, también preferimos por generar un tipo de investigación para que sea

posible asegurar el proyecto y así generar buenos o malos recursos, llevándolo a realizar investigaciones que analicen factores que lo ayuden a generar cambios en la gestión empresarial y actualizarse usando herramientas empresariales con el propósito de generar un cambio frecuente en la gestión haciendo que sea una empresa en marcha segura.

Este tipo de estudio básicamente se trata de un análisis básico de un proyecto antes de iniciar o ponerlo en marcha y optimizar recursos, ser asesorados para poder tener un liderazgo en el mercado.

En el desarrollo del proyecto se va a tratar de aplicar de forma adecuada toda la teoría empresarial, ser cada vez más innovadores, actuar con la inteligencia y estar dispuestos al cambio del entorno que se puedan generar; considerar todos los elementos que indiquen su factibilidad y éxito futuro, sabiendo que cualquier previsión estará sometida a los sucesos que acontecerán en el día a día, en el macro y micro entorno.

En si al momento de estudiar el mercado al cual se va a enfrentar los objetivos propuestos serán el plan de acción, el mismo que ayudara a conseguir una estabilidad en el mercado así mismo la empresa, además utilizaremos como una herramienta que promoció una comunicación asertiva entre los miembros de la empresa, ya sea para poder vender nuestra innovación o idea sostenible y así generar un financiamiento.

CAPÍTULO I

1.01 Justificación

La idea del proyecto nace bajo la necesidad de tener una nueva alternativa de entretenimiento en el Cantón Mejía en el sector de Machachi. Un parque de diversiones o atracciones es muy común en ciudades donde el crecimiento económico se basa en el sector turístico y Machachi, tiene el perfil de esas ciudades, a pesar de no contar con un parque de atracciones de gran magnitud siendo un lugar turístico. Esta idea aun sin explotar toma en consideración que no hay una competencia directa, la industria de entretenimiento es factible, accesible y además con una proyección creciente de modo que resultaría ser un negocio muy interesante para la inversión de parte de cualquier capitalista.

Actualmente se puede observar que en el sector no existe ningún tipo de estos parques de diversión familiar, con juegos para niños, niñas, jóvenes y adultos, lo cual tendremos muchos beneficios con su implementación este sería un atractivo nuevo para este sector lo cual con los juegos que se implementaran serán de total seguridad para los que utilicen con todas las medidas de cuidado para que no exista ningún tipo de incidentes con los consumidores que lo estén utilizando.

Esta actividad es muy importante de carácter social, llegando a ser considerado uno de los sectores más importantes para la inversión empresarial, convirtiéndose en una industria relevante a nivel mundial, que genera empleos, desarrollando infraestructura como divisas, contribuyendo al desarrollo económico, cultural y financiero de los países que explotan su potencial turístico.

Machachi, gracias a su gran mercado por explorar es un cantón en mira por muchos inversionistas nacionales e internacionales. Las características que definen a este hermoso cantón es su elevado uso de tránsito masivo, ya que se encuentra uniendo las provincias de Pichincha y Cotopaxi, su consistencia total y la diversidad de su población, es justamente donde nace la circunstancia clave para emprender opciones de ofertas para un mercado exigente e innovador que busca ideas y proyectos nuevos para potenciar el atractivo turístico.

Las teorías acerca del ciclo de vida de las empresas comparten un tronco común, que reconoce una evolución en etapas. Pero las diversas teorías enfatizan un conjunto de variables específicas, que siguen un comportamiento diferenciado a lo largo de los diversos estadios de vida de la firma, y aplican esas variables como ejes para sistematizar su evolución. (Brenta, 2009).

Tomando en cuenta la iniciativa por desarrollar propone un Estudio de Factibilidad para la implementación de un Parque de Diversión Familiar ubicado en el sector centro de Machachi en el Cantón Mejía, para poder contribuir al sector recreativo del lugar y cumplir con los objetivos planteados, entre la nueva oferta para el cantón que ha sido diseñada, previo a un estudio de mercado que se tomarán en cuenta aspectos importantes que ayuden a la decisión final del plan de negocios. Para que se desarrolle bien el trabajo de este parque de diversión familiar debe ser producto del esfuerzo de un conjunto de personas que desempeñan diferentes roles y realizan distintas tareas. Estos conjuntos de personas participan activamente desde el principio en la formulación de la idea y en la planificación de las acciones a seguir, sintiéndose parte de una tarea común.

Para que se dé al funcionamiento del parque de diversión familiar este debe acatar cada norma y ley establecida en el país, en Ecuador existen varios pasos a seguir como la obtención de varios documentos y permisos que se requiere en el cual

este su máximo regulador es el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en ejercicio de sus facultades legales preceptos a la Ley 1225 de 2008.

Consiste en establecer la forma y oportunidad de la intervención de las autoridades de carácter nacional, distrital y municipal, en relación con el registro, funcionamiento, instalación, uso y explotación de los parques de diversiones y dispositivos de entretenimiento en función de la protección de la vida de los usuarios, visitantes y empleados.

Dentro de este objetivo también se expone la facilidad de financiamiento, transacciones y garantía crediticia en un marco que integre a todo el sistema financiero nacional.

También se puede contar con la asesoría acerca de información para el manejo del sector de servicios, haciendo énfasis en las micro, medianas, pequeñas empresas.

Desde el factor económico el proyecto contribuirá con el aporte de las ventas que se realice, desde el factor social generando nuevas plazas de trabajo y desde el punto técnico innovando tecnología para mejorar el producto, ya que utilizaremos herramientas y maquinarias nuevas que sean de fácil acceso.

También se capacitará a todas las personas que van a conformar la microempresa con respecto a las técnicas y nuevas formas y diseños que pueden aparecer para mejorar día a día el trabajo a realizar.

1.02 Antecedentes

Debido a la saturación de estos parques de diversión, que con el paso del tiempo se han convertido en convencionales y rutinarios, se tiene la necesidad de

introducir en la sociedad un servicio llamativo que cause un impacto visual en las personas y que incentive al consumo del mismo.

El turismo posee una amplia historia. Sus orígenes comienzan en la Antigua Grecia, cuando miles de personas se trasladaban para asistir a las Olimpiadas cada cuatro años. En el ámbito comercial, el turismo nace de la mano del inglés Thomas Cook, quien emprendió el primer viaje turístico de la historia en 1841 y diez años después fundó la primera agencia de viajes: Thomas Cook and Son. Sin ninguna duda, el turismo es un fundamento para la reactivación económica, el desarrollo de nuevas plazas laborales, la inversión nacional e internacional, el impulso de mejoras en infraestructuras hoteleras, astilleros y vías; pero, primordialmente, un atrayente de divisas para Ecuador. (Ramírez & Parrales, 2015, pág. 67).

Teniendo en cuenta el PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR 2013-2017, el proyecto de estudio de Factibilidad para la implementación de un parque recreativo ubicado en el sector centro del Cantón Machachi, se ve enfocado en el Objetivo 10 que promueve la transformación de la matriz productiva; lo que significa que como desafío principal está la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, que sean competitivos, sostenibles y sustentables para poder impulsar la contratación pública y promover la inversión privada. El programa de gobierno 2013-2017 define cambios en la estructura productiva para renovar la economía, intensificar la productividad, avalar la soberanía nacional en la producción y el consumo interno, y salir de la dependencia primario exportadora.

Los expertos señalan, que el crecimiento en América Latina se ha presentado en proyectos como son los Centros de Entretenimiento Familiar (CEF), los parques acuáticos y parques de diversiones pequeños, sobre todo porque la inversión inicial es menor y las atracciones son de una fácil manufactura, además de que su instalación y operación requiere un menor costo. (Industria Turística Potencial, 2014).

Concuerdo con los expertos en parques ya que la implementación de estos se ha logrado que las inversiones que se hace se los pueda recuperar en un periodo de corto plazo para ello se debe tener en cuenta que debe satisfacer al cliente para que exista una rentabilidad.

La implementación de un parque de diversión familiar es una condición de fortaleza, para permanecer y sortear todas las dificultades y desafíos, sostenerse, adaptarse y acompañar cada nuevo tiempo, sin dejar de ser un gran clásico, un punto de atracción y de elección permanente.

El parque de diversión a través de la implementación de sus juegos tales como resbaladeras, paredes para escalar, áreas para pintar, piscina de pelotas, subibajas, laberintos, está enfocada en brindar calidad de primera y seguridad al momento de utilizar nuestro servicio, verificando todas las fases, nuestro servicio al cliente es muy importante ya que se desea que el mismo se encuentre satisfecho en su totalidad con nuestro servicio, compartimos un enfoque constructivo a la mejora continua y es por esto que nos gusta reconocer públicamente el trabajo de calidad y bien hecho.

Las resbaladillas cuentan con una calidad excepcional, los materiales utilizados para su fabricación cumplen con los más altos estándares de calidad y son muy durables. Contamos con modelos de resbaladillas cuyo precio se adapta a cualquier presupuesto, sin duda son una excelente opción para complementar las áreas de juegos en parques infantiles, patios de recreo en colegios y en unidades deportivas. (Inoplay, 2002, pág. 2).

Juegos para escalada son divertidos, se pueden instalar en espacios abiertos o cerrados e inclusive en escalódromos, están basados en sistemas de redes recubiertas con estructuras tubulares, las cuerdas van entrelazadas, cuentan con alma de acero y forros de protección con tejidos de Nylon de alta resistencia.

Con el fin de garantizar su durabilidad y ofrecer seguridad al mismo tiempo que la diversión de los niños se ve incrementada, todos nuestros modelos de juegos para escalada son fabricados bajo procesos controlados, cuentan con materiales de última generación y pintura con recubrimientos especiales que

garantiza su durabilidad y los convierten en una excelente inversión.
(Inoplay, 2002, pág. 3)

Se aprovechara al máximo los recursos con los que se dispone, dando a todos los clientes la mejor experiencia en todo lo que hacemos.

Millones de personas no cuentan con tiempo suficiente para pasar a distraerse después del trabajo o algunos no cuentan con el recurso necesario para salir con su familia es por eso que la implementación de este parque se ha realizado pensando en ellos ya que hay mucha demanda para poder satisfacer a los consumidores ya sean niños, jóvenes o adultos, este es un servicio que llega a todas las clases sociales no importa la edad o el género.

El Parque estará implementado con las mejores normas de seguridad así como los materiales que se elaboraran los juegos serán de calidad y resistentes En el presente proyecto se realizara Incubadora de Negocios en la cual se determinara la viabilidad técnica, financiera y de mercado de un plan, proporcionar servicios de asesoría legal, desarrollar los planes de mercadotecnia y ventas e incluso, aportar un espacio físico, equipo, logística y acceso a financiamiento y capital.

Mediante la necesidad de los individuos se ofrecerá un producto para la satisfacción del mismo y que estos a su vez se pueda satisfacer las necesidades del cliente.

Los resultados obtenidos servirán para tener un conocimiento de los diferentes ámbitos en los cuales este inmerso una empresa de este tipo, desde la idea del proyecto, la legalización del negocio, los tributos, los recursos humanos, la logística, la situación del mercado, el posicionamiento del producto y otros. Para el estudio se tomó en cuenta la característica del producto y a la población objetivo a

quienes va dirigido, estos por ser de un segmento económico alto tiene ciertas características en cuanto a su ritmo de vida.

El sector turístico es uno de los principales motores de la economía con más expectativas de crecimiento a mediano y largo plazo. La dinámica de la demanda turística, además de ser amigable y respetuosos con el medio ambiente, es más exigente con la relación calidad. El abastecimiento de un servicio de calidad pretende ser el talente diferenciador del sector turístico ecuatoriano, y donde su fundamento principal es su estrategia de desarrollo, y representa el principal factor de competitividad con miras a un modelo de desarrollo sostenible y sustentable de los destinos turísticos.

El objetivo del estudio técnico es verificar cuan posible y real es fabricar un producto o servicio siempre tomando en cuenta la localización más favorable, equipos a utilizar y sobre todo poseer con las debidas instalaciones técnicas para su proceso sea realizado de la manera correcta y que dicha organización necesitara para su ejecución. (Marchán, 2007).

Con este parque de diversión familiar se tendrá más alternativas, espectaculares y económicas, como una estrategia y concepto comprobado que permite reunir en un mismo lugar a familias y amigos en un ambiente ameno con una amplia oferta de diversión que satisface a todos.

Es preciso también mencionar las distintas herramientas administrativas que serán de ayuda para la implementación de este proyecto tales como:

La planeación estratégica “Es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas”. (Marchán, 2007, pág. 23).

Según Ferrarte Mora (2014) afirma que la recreación es: “Un modo de hacer, una manera de vivir, una forma de ser que se apodera del ser humano, que se

identifica con él, que lo realiza o que le permite un cierto grado de éxito personal que le satisface plenamente” (p.109). El autor en su definición presenta a la recreación como una actividad de superación personal, como un desafío personal, que sirve para el perfeccionamiento de éste. Por tanto, es responsabilidad de las autoridades correspondientes de los correspondientes medios y asignación del tiempo para la recreación de la mente, el cuerpo y el espíritu.

Glosario

Ocio.- Es el tiempo de diversión, que un sujeto puede organizar y utilizar de acuerdo a su propia voluntad.

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

“El Análisis Situacional es un método que lleva a la aplicación del procedimiento más adecuado para analizar lo que está ocurriendo cuando una organización se enfrenta con diferentes asuntos (asunto o cuestión: dificultad, falla, oportunidad, amenaza o riesgo que nos obliga a actuar)”. (Hanel Del V & Hanel G, 2004, pág. 56).

Se lo realiza este análisis para poder evidenciar cuales son los factores que influyen directamente a la empresa

2.01 Entorno externo

“Podemos considerar el entorno como todo aquello que está fuera de los límites de la empresa o bien como el conjunto de elementos externos a la organización que son relevantes para su actuación”. (Alfaro, 2012, pág. 34)

Son factores donde afecta directamente e indirectamente a una empresa y no pueden ser controlados por personal de trabajo el cual debemos procurar resolver de manera estratégica

2.01.01 Factor Económico

“La sociedad organiza una forma de producción y distribución de bienes y servicios propiciando una determinada dinámica económica, situación del mercado de trabajo” (Nadal A, 2017, pág. 78).

El factor económico ayudará a analizar los diferentes elementos que puedan afectar en la implementación del parque de diversión familiar, sin embargo son factores que la organización no puede controlar, siendo este uno de los elementos más importantes.

2.01.01.01 Inflación

La inflación es un factor muy importante que tenemos que tomar en cuenta en la empresa puesto que si cuenta más que antes fabricar un producto porque se los debería vender más caro, el coste de fabricación puede aumentar por varios motivos: incremento de los costos de materia prima y porque debido a la inflación los trabajadores querían mantener su poder adquisitivo pues sus salarios se aumentarían lo que no sería muy beneficioso para la empresa y tendría que reducir el personal y se generaría desempleo. (Sabino, 1997, pág. 98)

Tabla 1: Inflación del Ecuador

Fecha	Valor
Julio 31 2017	0,10%
Junio 30 2017	0,16%
Mayo 31 2017	1,10%
Abril 30 2017	1,09%
Marzo 31 2017	0,96%
Febrero 28 2017	0,96%
Enero 31 2017	0,90%

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

Análisis:

La inflación del Ecuador desde el primer trimestre del año 2017 hasta el mes de Junio ha estado en constante variación, sin embargo este ha ido aumentando por consecuencia de la baja de petróleo y las deudas externas de nuestro país por lo cual se ha determinado que el proyecto a implantar se ve en riesgo continuo por la inestabilidad de precios de bienes y de servicios por lo tanto representa una amenaza para el proyecto.

2.01.01.02 Tasa de Interés

“Es el porcentaje que se aplica al capital, para obtener el interés. Es el precio del dinero, se percibe como un costo para el deudor los recursos y como un beneficio para el acreedor” (Superintendencia de Bancos, 2017)

2.01.01.03 Tasa de interés Activa

Tasa de interés que cobra una institución financiera a sus deudores por el uso de un capital. Las tasas activas varían de acuerdo con el riesgo que represente esa operación de crédito (a mayor riesgo mayor tasa) también se establecen de acuerdo con el plazo al que se haya prestado.

Se espera que a menor tasas mayor será la demanda de crédito y al contrario a mayor tasa los prestatarios estarán menos motivados a pedir un préstamo. En el Ecuador las tasas de interés se fijan a través del mercado aunque existen límites máximos y mínimos a los que se pueden contratar. Tasa de interés ajustable: Es la que se relaciona al interés variable. Esta tasa varía durante el tiempo del préstamo, generalmente, en función de otra tasa referencial del mercado. (Superintendencia de Bancos, 2017)

Tabla 2: Tasa de interés activa

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2017	7.79 %
Octubre-31-2017	7.86 %
Septiembre-30-2017	8.19 %
Agosto-31-2017	7.58 %
Julio-31-2017	8.15 %
Junio-30-2017	7.72 %
Mayo-31-2017	7.37 %
Abril-30-2017	8.13 %
Marzo-31-2017	8.14 %
Febrero-28-2017	8.25 %
Enero-31-2017	8.02 %

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

Análisis:

La tasa de interés en el proyecto representa una Oportunidad porque si esta sigue bajando el dinero se vuelve más barato y por ende los intereses bajan pudiendo realizar préstamos en el caso de requerirlo, siempre y cuando se lo realice con una

entidad financiera que tenga una tasa de interés fija para no tener aumentos en caso de que llegase a subir nuevamente.

2.01.01.04 Producto Interno Bruto

“Es el valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos en una nación durante un periodo, generalmente un año.” (Gregorio, 2014, pág. 45).

Son todos los bienes y servicios que se producen en un país dentro de su territorio generalmente en un año, por lo tanto el PIB excluye la producción de empresas en el extranjero.

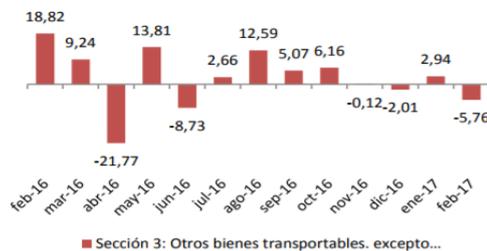


Figura 1: Producto Interno Bruto

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

Análisis:

Según la figura presentado por el INEC el PIB en este sector ha presentado una variación de 2.94% en el mes de enero del 2017 a -5.76% en el mes de febrero, notándose un decrecimiento de -2.82%, lo que para la empresa esto representara así una amenaza.

2.01.01.05 Riesgo país

“El riesgo país es muy importantes para nuestra empresa puesto que es el factor primordial para que los inversionistas determinen un determinado precio para invertir un capital en nuestra empresa beneficiando a la economía del país abriendo fuentes de empleo”. (Madrid, 2008, pág. 45).

Tabla 3: Riesgo País Ecuador

FECHA	VARIACIÓN
20/11/2017	-1,63%
20/10/2017	-3,90%
20/09/2017	-1,75%
21/08/2017	0,16%
20/07/2017	0,15%
20/06/2017	3,23%
22/05/2017	-0,30%
20/04/2017	0,55%
20/03/2017	3,07%
20/02/2017	0,00%
20/01/2017	1,62%

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

Análisis:

El riesgo país del 20 de agosto de 2017 tenía 369 puntos con relación a al 22 de julio del 2017 lo que significa que la inversión en el país es muy riesgoso lo que hace que los inversionistas no les convengan invertir en países que tengan un alto índice en su riesgo país pues es una amenaza porque no les garantizan que puedan cancelar la deuda que adquieran de otros territorios extranjeros.

2.01.02 Factor Social

“Los factores sociales, son aquellas cosas que afectan a los seres humanos en su conjunto, sea en el lugar y en el espacio en el que se encuentren. Pero especialmente a algunas realidades que tiene al ser humano como protagonista fundamental”. (Fayol H. , 1916, pág. 223).

Son factores donde afecta directamente e indirectamente a una empresa y no pueden ser controlados por personal de trabajo el cual debemos procurar resolver de manera estratégica

2.01.02.01 Población Económicamente Activa

Según INEC, en 2016 “La población económicamente activa son las personas que trabajan o están buscando trabajo. Los empleados se dividen en dos grandes grupos, los que tienen un empleo adecuado y los que tienen un empleo no adecuado, es decir, informal y hasta no remunerado”. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016)

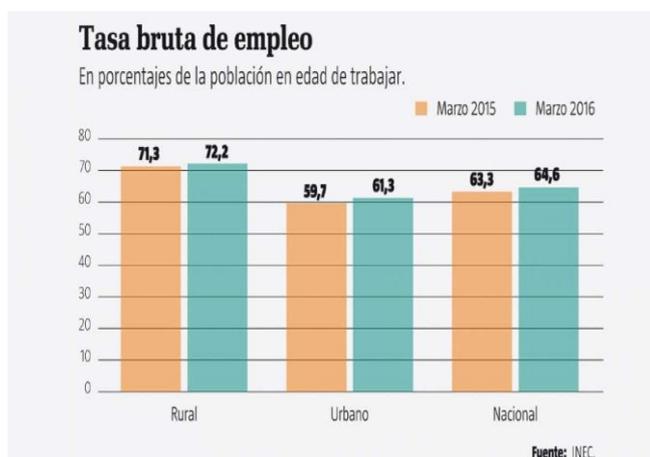


Figura 2: PEA

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

Análisis:

La población económicamente activa representa una oportunidad con el proyecto podemos generar empleo adecuado para que con ello las familias ecuatorianas tengan un sustento económico para satisfacer sus necesidades y la de sus dependientes de una mejor manera y así potenciar el buen vivir.

2.01.02.02 Clase Social

Las clases son grandes grupos de hombres que se diferencian entre sí por el lugar que ocupan en un sistema de producción social, históricamente determinado, por las relaciones en que se encuentran respecto a los medios de producción (relaciones que en gran parte quedan establecidas y formalizadas en las leyes), por el papel que desempeñan en la organización social del trabajo y, consiguientemente, por el modo y la proporción en que perciben la parte de la riqueza social de que disponen. (Alfaro, 2012, pág. 23)

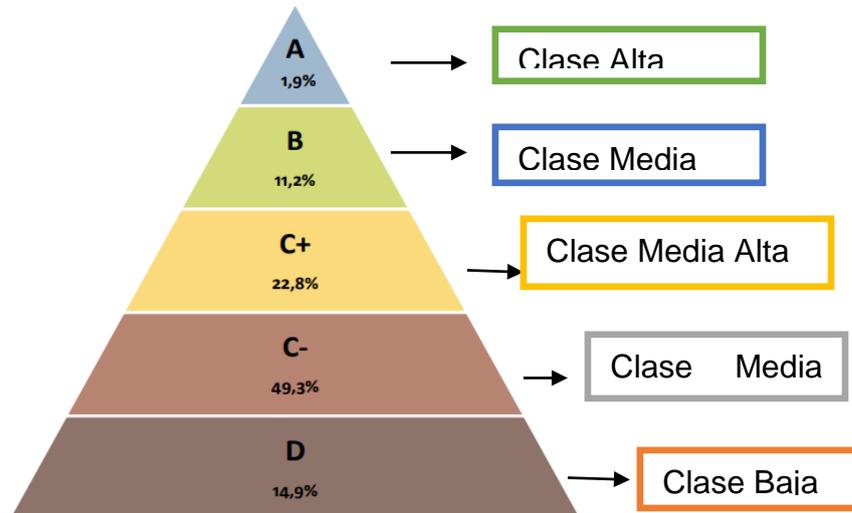


Figura 3: Clase Social

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

Análisis:

Mediante esta pirámide se puede ver que la clase social predominante en el Ecuador es la clase media baja con la cual se deberá hacer el estudio ya que abarca a la mayor parte de la población a la cual será dirigido el proyecto. Se tomara a las clases sociales como una oportunidad ya que la mayor parte de población podrá tener la accesibilidad de adquirir el servicio.

2.01.02.03 Empleo adecuado

Personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan igual o más de 40 horas a la semana, independientemente del deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. También forman parte de esta categoría, las personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan menos de 40 horas, pero no desean trabajar horas adicionales. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016)

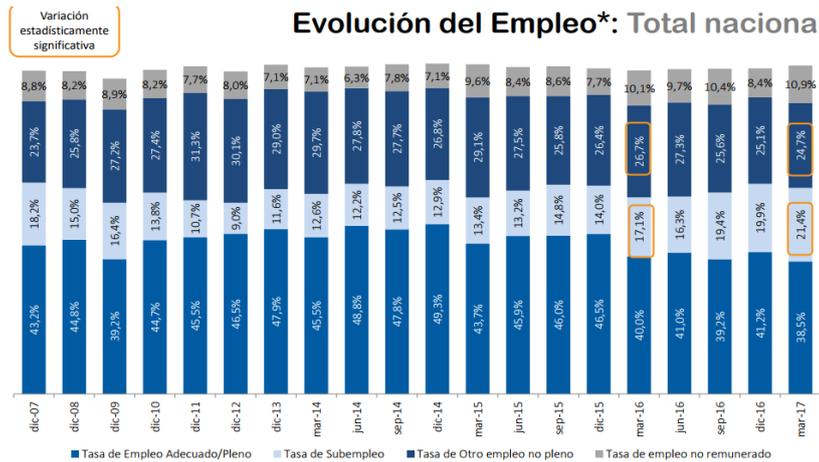


Figura 4: Empleo

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

Análisis:

En la figura anterior se refleja en porcentajes la tasa de empleo adecuado, del subempleo, la tasa de otro empleo no pleno y la tasa de empleo no remunerado del 2007 hasta marzo del 2017 cada uno con un porcentaje respectivamente obtenido por el INEC lo cual se podría optar como una oportunidad para contribuir a la implementación del parque de diversión.

2.01.03 Factor Legal

El factor legal engloba todos los requerimientos legales necesarios para el funcionamiento respectivo de las empresas a la hora de iniciar su negocio.

2.01.03.01. Requisitos para la implementación de un parque de diversión familiar

1. Obtener el RUC

Solicitar RUC en el Servicio de Rentas Internas.

- ✓ Formulario Lleno.
- ✓ Original y Copia de la Escritura de Constitución.
- ✓ Original y Copia de los Nombramientos.

- ✓ Copias de Cédula y Papeleta de votación de los socios.
- ✓ Carta de autorización del representante a favor de quien realice el trámite.

2. Obtener la licencia Metropolitana Única del Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE)

- ✓ Formulario de solicitud al LUAE.
- ✓ Formulario de reglas técnicas de arquitectura urbanísticas.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia de la cédula del representante legal.
- ✓ Copia de la papeleta de votación vigente del representante legal.
- ✓ Copia del nombramiento del representante legal.
- ✓ Autorización del dueño si el local es arrendado.
- ✓ Fotografiar del rotulo con la fachada (Cuerpo de Bomberos, 2016)

3. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

Para la solicitud de registro de un nuevo empleador de lo debe realizar en la página del IESS mediante los siguientes pasos:

- ✓ Ingresar a la página web www.iess.gob.ec Servicios por Internet
- ✓ Escoger Empleadores- Actualizar datos del registro patronal
- ✓ Escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico)
- ✓ Ingresar los datos obligatorios que tienen asterisco
- ✓ Digitar el número de RUC y (En caso de doméstica digitar número de cédula)
- ✓ Seleccionar el tipo de empleador
- ✓ En el resumen del Registro de Empleador al final del formulario se visualizará imprimir solicitud de clave.

Una vez registrados los datos solicitados, tiene que acercarse a las oficinas de Historia Laboral del Centro de Atención Universal del IESS a solicitar la clave de empleador, con los siguientes documentos:

- ✓ Solicitud de Entrega de Clave (impresa del Internet)
- ✓ Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- ✓ Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- ✓ Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- ✓ Copia de pago de un servicio básico (agua , luz o teléfono)
- ✓ Calificación artesanal si es artesano calificado.
- ✓ Original de la cédula de ciudadanía. (INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL)

4. Patente

Para inscripción de patente persona natural, debe acercarse a cualquier administración zonal del Municipio de Quito con los requisitos que se observan:

Personas Naturales

- ✓ Formulario de inscripción (Descargar de: [hppt://pam.quito.gob.ec](http://pam.quito.gob.ec)), firmado por el contribuyente o representante legal en caso de sociedades.
- ✓ Copia de cedula de identidad y certificado de votación de la última elección del contribuyente
- ✓ Acuerdo de responsabilidad y Uso de modelos electrónicos
- ✓ Copia de una planilla de servicios básicos donde ejecute la actividad económica o contrato de arrendamiento legalizado

- ✓ Copia del RUC del contador (única para personas naturales obligadas a llevar contabilidad)

Requisitos para sacar el permiso de bomberos

1. Si el trámite lo realiza personalmente quien es representante legal de la organización, debe presentar copia de cédula de identidad. En el caso de que lo realice otra persona deberá adjuntar una autorización por escrito simple, con copia de cédula de quien autoriza y de la persona autorizada.
2. Copia completa y actualizada del Registro Único de Contribuyentes (RUC) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
3. En caso de ser persona jurídica se debe adjuntar copia del Nombramiento vigente de la persona que es Representante Legal.
4. Copia del último pago del Impuesto Predial con la dirección del establecimiento.
5. Original y copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano.
6. Cuando se realiza comercialización de gas de uso doméstico, adjuntar autorización de la Agencia de Regulación y Control de Hidrocarbúrico, Control Anual y el informe de Factibilidad.
7. En caso de realizar venta de reparación de armas se debe adjuntar autorización del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas.

Análisis:

Mediante la obtención de requisitos y condiciones que piden distintas entidades públicas para la posición de un nuevo local comercial, se ha reflejado

distintas exigencias tanto por internet, como para hacer en las entidades personalmente o por terceras personas con autorización, lo cual este factor es una Oportunidad, que existe facilidad, calidad y seguridad para la creación del parque de diversión familiar y el posicionamiento en el mercado.

2.01.04 Factor Ambiental

La contaminación ambiental es el resultado del desarrollo y progreso tecnológico, ha originado diversas formas de contaminación, las cuales alteran el equilibrio físico y mental del ser humano conllevando esto al gran desarrollo de las empresas y al deterioro excesivo de nuestro medio ambiente (Ministerio del Medio Ambiente, 2016)

Análisis:

El Factor Ambiental dentro del parque de diversión es considerado una amenaza por varios motivos entre estos está la creación de la ley de gestión ambiental; dicha ley obliga a la empresa a crear alternativas para el cuidado del medio ambiente y aplicar varios principios fundamentales como el reciclaje, de igual manera la empresa está obligada a realizar guías de acción para disminuir la contaminación del medio ambiente por lo que se genera un gasto ya que todas las empresas están obligadas a cumplir con esta ley.

2.01.05 Factor Político

“Los factores político-legales son los referentes a todo lo que implica una posición de poder en nuestra sociedad, en sus diferentes niveles, que tendrán una repercusión económica”. (Muñoz, 2010, pág. 10)

2.01.05.01 Impuestos

“Los impuestos son los tributos más importantes, a través de los cuales, se obtiene la mayoría de los ingresos públicos. Con ellos, el Estado obtiene los recursos suficientes para llevar a cabo sus actuaciones”.(Paz, 2015, pág. 10)

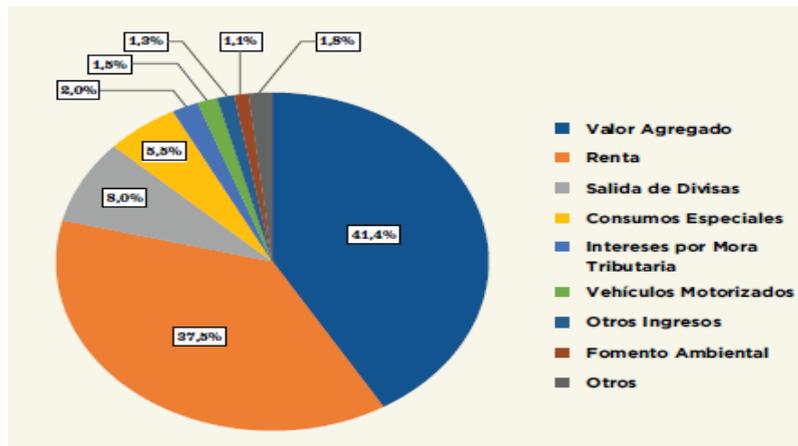


Figura 5: Recaudación de Impuestos tributarios.

Fuente: Servicios de Rentas Internas

Elaborado por: Servicios de Rentas Internas

Análisis:

En el país existe varios impuestos, muchos de ellos son exagerados y obligatorios siendo esto una amenaza para el parque de diversión que recién se está implementando, aunque los impuestos son una fuente de financiamiento para nuestro país y como está recién constituida afecta ya que limita los recursos que tiene para su funcionamiento

2.02 Entorno Local

“Son todas las fuerzas que una empresa puede controlar y mediante las cuales se pretende lograr el cambio deseado. Entre ellas tenemos a los proveedores la empresa en sí, también los competidores, intermediarios, clientes y públicos.” (Reyes, 2004).

Siendo uno de los puntos de partida para empezar un negocio debido al estudio realizado enfocado a la localización exacta del lugar donde estará ubicado el negocio propuesto.

2.02.01 Clientes

“Son aquellos que en la actualidad están realizando compras o que lo hicieron dentro de un periodo corto de tiempo.” (Gardey, 2009, pág. 78)

Tabla 4: Clientes

Denominación	Descripción
Público en General	Padres de Familia, Hogares
Escuelas	Niños y Niñas
Colegios	Jóvenes
Fundaciones del Sector	Personas con discapacidades

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis:

Los clientes son la variable más importante en la implementación del parque de diversión, ya que de ellos dependen las ganancias o pérdidas que muestra la organización. Por lo cual los clientes representan una oportunidad para el crecimiento tanto interno como externo de la microempresa.

2.02.02 Proveedores

“Proveedores normalmente son los que suministran equipos, con quienes estamos, también intentando desarrollar mejoras en sus productos para hacerlas de nosotros un mejor producto para la comercialización y la producción de un producto.” (Olazaran , 2010, pág. 65)

Tabla 5: Proveedores

Denominación	Descripción	Factor de negociación
ADELCA	Aloag km ½ vía a Santo Domingo Infraestructura	-30% de descuento
PECKELANDIA	Ibarra – Ecuador	Instalacion es gratis
DILIPA	Venta de suministros y pelotas y cuerdas	-10% descuentos
ANDINATEL	Línea de teléfono / Internet	Más baja tarifa
MUEBLINA	Tanden x4 sillas y mesas	-10% descuento
COMPUSYSTEM	Venta de computadoras	-10% descuento

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis:

La implementación de un parque de diversión familiar para lo cual existe la necesidad de contar con los proveedores ya mencionados ya que con los mismos se podrá brindar un servicio de calidad a un precio accesible para los posibles clientes, lo cual esto es una oportunidad para la implementación del parque.

2.02.03. Competidores

“Es el conjunto de empresas que ofrece productos o servicios iguales o diferentes que podían satisfacer las mismas necesidades”. (Shatzkin, 2016, pág. 65)

Tabla 6: Competidores

Denominación	Descripción	Factor de Diferenciación
Parque Manantial de de los Volcanes	Av. Pablo Guarderas	Nuevos atractivos.
Parques Ambulantes	Chan	Variedad en juegos.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Carla Sambache

Análisis:

Los competidores son fundamentales en las empresas por que ayudan a generar competitividad, por lo que motivan a estar innovando en los servicios. Sin embargo representan una amenaza, debido a que cuentan con extensas líneas de servicios y un posicionamiento alto en el mercado.

2.03 Matriz FODA

“Es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa, el principal objetivo de aplicar la matriz FODA en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro”. (Carvajal, 2014, pág. 36)

Tabla 7: Matriz FODA Oportunidades

Cod	Oportunidades	Impacto		
		Alto	Medio	Bajo
O1	Tasa de interés activa	X		
O2	PEA		X	
O3	Clase Social	X		
O4	Empleo Adecuado		X	
O5	Proveedores	X		
O6	Factor Legal		X	
O7	Clientes	X		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

Tabla 8: Matriz FODA Amenazas

Cod	Amenazas	Impacto		
		Alto	Medio	Bajo
A1	PIB		X	
A2	Inflación			X
A3	Impuestos		X	
A4	Riesgo País		X	
A5	Factor Ambiental	X		
A6	Competidores	X		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis:

Mediante la elaboración de la matriz FODA se puede observar que tenemos varias oportunidades para realizar la implementación del parque de diversión familiar lo cual tendrá muchos beneficios y nos dará más rentabilidad.

2.04 Propuesta Estratégica

Es el proceso administrativo de desarrollar y mantener una relación viable entre los objetivos y recursos de la organización y las cambiantes oportunidades de mercado. El objetivo de la planeación estratégica es moldear y remodelar los negocios y productos de la empresa, de manera que se combinen para producir un desarrollo y utilidades satisfactorios. (Armstrong, 2001)

2.04.01. Misión

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión. Con la misión

conoceremos el negocio al que se dedica la empresa en la actualidad, y hacia qué negocios o actividades puede encaminar su futuro. (Andrade, 2012)

Factores claves

1. **Giro del negocio:** Parque de diversión familiar.
2. **Target:** Todo el público.
3. **Método de trabajo:** Seguridad en los juegos.
4. **Valor o principio:** Calidad.

Ser un parque de diversión familiar que brinda el mejor entretenimiento para personas de todas las edades, con una calidad en el servicio y seguridad en sus juegos.

2.04.01.02 Visión.

“El punto de comienzo para articula la jerarquía de las metas de una empresa es la visión de una compañía, que podíamos definir como la declaración que determina donde queremos llegar en el futuro.” (Pedro, 2012)

Factores claves

1. **Producto o servicio:** Parque de diversión familiar.
2. **Factor de diferenciación:** Variedad en juegos.
3. **Situación deseada:** Reconocimiento en el mercado.
4. **Tiempo:** 3 años
5. **Principio fundamental:** Calidad.
6. **Alcance:** Local.

Para el 2021 ser reconocido en el mercado como el parque de diversión familiar más divertido, recreativo e innovador con una variedad de juegos, fomentando la sana diversión e integración familia.

2.04.03. Objetivos

Significa el fin al que se desea llegar, la meta que se pretende lograr. El objetivo es lo que impulsa al individuo a tomar decisiones o perseguir sus aspiraciones, el propósito. El objetivo es sinónimo, meta, como el punto de mirar un arma o con el fin específico que hay que llegar. (Maguer, 2000, pág. 15)

2.04.03.01 Objetivo general

Llegar a ser líder en el mercado con el propósito de generar una mayor rentabilidad por medio de la exclusividad en el servicio y ser una reconocida para satisfacer las necesidades del cliente.

2.04.03.02 Objetivos específicos

- 1.- Ser una empresa reconocida a nivel local
- 2.- Realizar un estudio de mercadeo para determinar la demanda y la oferta
- 3.- Evaluar al personal cada mes, en todas las áreas para conocer su desempeño y certificar la realización eficiente y eficaz de su trabajo.
- 4.- Realizar una adecuada campaña de publicidad para penetrar en el mercado, detallando ampliamente los servicios del parque para el consumidor final
- 5.- Establecer políticas de reinversión de utilidades en porcentajes convenientes para el crecimiento de la empresa y el bienestar de los empleados.

2.04.04 Principio y Valores

2.04.04.01 Principio

Los principios son aquellas normas o reglas que sirven para orientar el comportamiento de un ser humano. (Alvarado V; Obagi A, 2005, pág. 56)

Mejora continua: La mejora continua se implementara en el parque de diversión, en los diseños, y variedad de juegos a través de capacitaciones al personal.

Calidad y Satisfacción al cliente: Este principio se aplicará tratando con cortesía a los clientes, dando la razón al cliente siempre y cuando se encuentren dentro de las políticas y reglamentos de la empresa y atendiendo sus requerimientos.

Orientación a la calidad: A través de la elección de la materia prima y los insumos que se utilizarán en la implementación del parque para la satisfacción del cliente.

Creatividad: Se dará libertad y confianza a los colaboradores para que expresen y muestren sus opiniones para crear nuevos servicios y nuevos desafíos para satisfacer a los clientes.

Compromiso: Cumplir con normas, políticas o reglamentos, costos y tiempo de servicio.

Tabla 9: Matriz Axiológica de Principios

GRUPO REFERENCIAL	PRINCIPIOS	APLICACIÓN
Mejora continua	X	La mejora continua se implementara en el parque de diversión, en los diseños, y variedad de juegos a través de capacitaciones al personal.
Calidad y satisfacción al cliente	X	Este principio se aplicara tratando con cortesía a los clientes, dando la razón al cliente siempre y cuando se encuentren dentro de las políticas y reglamentos de la empresa y atendiendo sus requerimientos.
Orientación a la calidad	X	A través de la elección de la materia prima y los insumos que se utilizaran en la implementación del parque para la satisfacción del cliente.
Creatividad	X	Se dará libertad y confianza a los colaboradores para que expresen y muestren sus opiniones para crear nuevos servicios y nuevos desafíos para satisfacer a los clientes.
Compromiso	X	Cumplir con normas, políticas o reglamentos, costos y tiempo de servicio.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

2.04.04.02 Valor

El valor es una cualidad que le otorga a las cosas, hechos o personas una estimación ética o estética según corresponderá en cada caso y que podrá ser positiva o negativa. (Alvarado V; Obagi A, 2005)

Responsabilidad: Al momento de la ejecución de los servicios.

Respeto: Dentro de la organización se practicara este valor ya que el respeto a las condiciones individuales de los compañeros en el lugar de trabajo es la clave para un ambiente positivo y más productivo.

Compañerismo: Al momento de trabajar en equipo, dejar un lado las diferencias y ayudarse en la organización.

Originalidad: Ser únicos brindando un servicio de calidad e innovador.

Perseverancia: Mostrar disciplina, decisión y compromiso para enfrentarse a nuevos retos sin dejarse vencer por la adversidad.

Tabla 10: Matriz Axiológica de Valores

GRUPO REFERENCIAL	VALORES	APLICACIÓN
Responsabilidad	X	Al momento de la ejecución de los servicios.
Respeto	X	Dentro de la organización se practicará este valor ya que el respeto a las condiciones individuales de los compañeros en el lugar de trabajo es la clave para un ambiente positivo y más productivo.
Compañerismo	X	Al momento de trabajar en equipo, dejar un lado las diferencias y ayudarse en la organización.
Originalidad	X	Ser únicos brindando un servicio de calidad e innovador.
Perseverancia	X	Mostrar disciplina, decisión y compromiso para enfrentarse a nuevos retos sin dejarse vencer por la adversidad.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

2.04.05 Gestión Administrativa

El proceso administrativo se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa, dirigir y controlar sus actividades. El proceso administrativo permite a la empresa llevar adecuadamente sus actividades, mediante la planificación, la organización, dirección y control. De los mismos incluyendo un adecuado desempeño de sus administradores, así como también nos permitirá medir el grado en que los gerentes realizan su función y si realizan debidamente su trabajo. (Amador, 2003, pág. 23)

2.04.05.01 Planificación

La planificación se puede definir como un proceso bien meditado y con una ejecución metódica y estructurada, con el fin el obtener un objetivo determinado, la planificación en un sentido un poco más amplio, podría tener más de un objetivo, de forma que una misma planificación organizada podría dar, mediante la ejecución de varias tareas iguales, o complementarias, una serie de objetivos. Cuanto mayor sea el grado de planificación, más fácil será obtener los máximos objetivos con el menor esfuerzo. (Riquelme, 2010, pág. 56)

2.04.05.01.01 Cronograma

El diagrama de Gantt es una herramienta para planificar y programar tareas a lo largo de un período determinado. Gracias a una fácil y cómoda visualización de las acciones previstas, permite realizar el seguimiento y control del progreso de cada una de las etapas de un proyecto y, además, reproduce gráficamente las tareas, su duración y secuencia, además del calendario general del proyecto. (Universidad Barcelona de España, 2008, pág. 56)

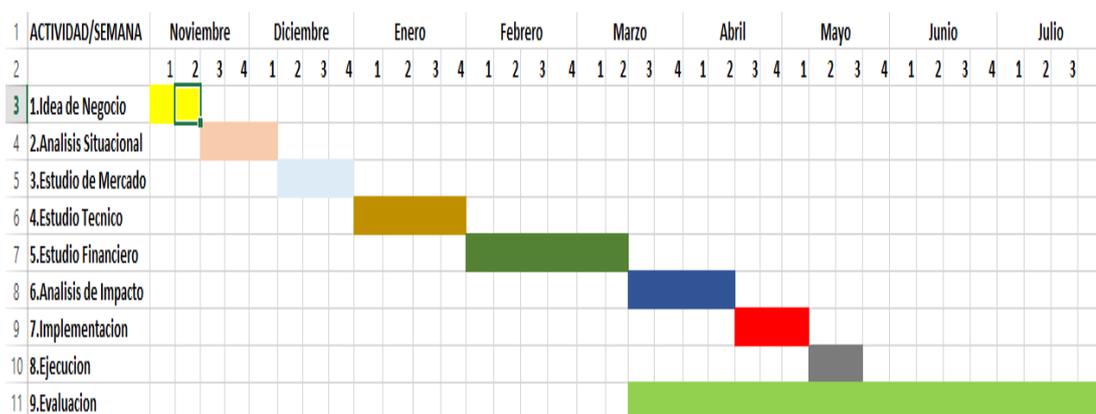


Figura 6: Cronograma

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis:

Con este diagrama de Gantt realizado con sus respectivas actividades se podrá saber o conocer cómo se está llevando a cabo el proceso que se implementó para lograr y cumplir con las metas u objetivos que están propuestos y también conocer si se tiene aciertos o falencias que se deber corregir, para lograr así obtener los mejores resultados.

2.04.05.02 Organización

La organización laboral es un "grupo corporativo", siendo éste "una relación social que o bien está cerrada hacia afuera, o bien limitada mediante reglas y disposiciones de admisión de personas ajenas. Este objetivo se logra gracias a que tales reglas y órdenes se llevan a la práctica a través de la actuación de individuos específicos, por ejemplo de un director o de un jefe, y de un grupo administrativo." (Weber, 1992, pág. 98)

2.04.05.02.01 Organigrama Funcional

El organigrama es "la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen" (Franklin, 2008)

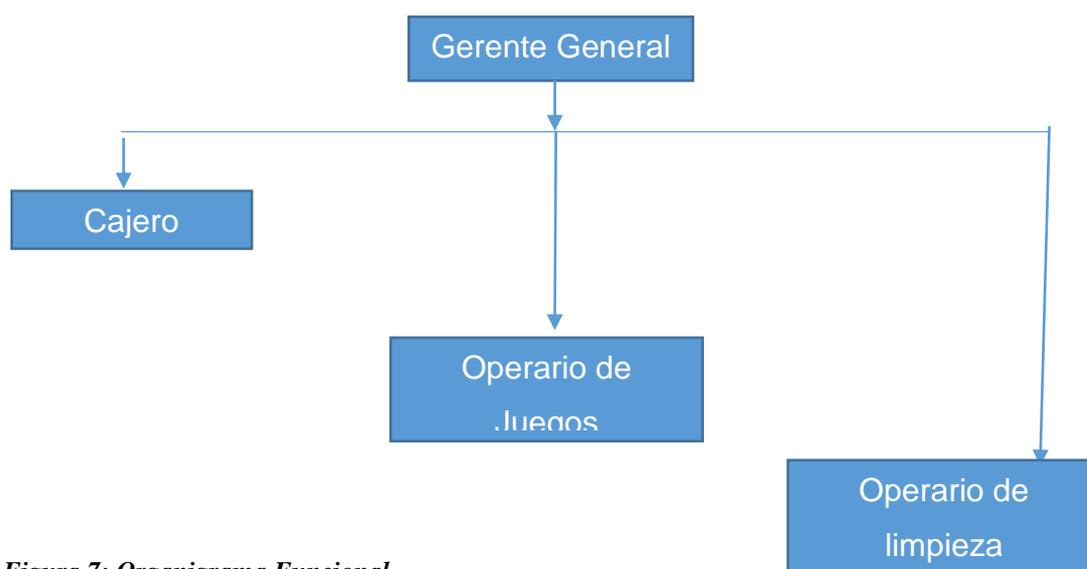


Figura 7: Organigrama Funcional

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

2.04.05.02.02 Manual de Funciones

Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa. (Sanchez, 2008, pág. 67)

Objetivo

Contar con un documento por el cual los empleados sepan lo que deben tener como requisito y que tipo de funciones deben hacer en cada cargo que estén designados a cumplir.

Políticas del Manual de Funciones

1. El presente manual será respetado por todos los directivos y empleados de la empresa.
2. El manual será llevado a cabo tal cual está especificado en cada una de las tareas asignadas.
3. El manual no será manipulado ni alterado por un empleado de la empresa sin autorización del gerente.
4. El manual de funciones cuenta con los requisitos que se debe tener en cada uno de los cargos de la empresa los cuales estarán especificados, estos serán respetados y se debe cubrir todos los requisitos pedidos caso contrario no podrá ocupar el cargo.
5. Al incumplimiento de tareas o ausentismo en el área de trabajo sin justificante se darán sanciones, en caso de ser reincidente se lo removerá del cargo.

Tabla 11: Perfil de desempeño del Gerente General

Cargo: Gerente General

Perfil del Cargo

Nivel de Estudio: Título de Tercer nivel en Administración de Empresas

Capacitaciones: 120 horas

Experiencia: mínima de 3 años

Edad: Entre 26 y 40 años

Competencias:

Ser un buen líder

Saber tomar decisiones claras y precisas

Actitud intelectual

Compromiso con el trabajo

Asumir responsabilidades hacia los objetivos

Tener conocimiento en Administrar una empresa

Promover oportunidades en cada función de trabajo

Funciones del Cargo:

Asignar las tareas de sus subordinados.

Registrar permanentemente la concreción efectiva de esas tareas.

Atender a las contingencias que pueden surgir.

Evaluar el desempeño de sus subordinados, así como la conjunción de las tareas que ellos realizan a los fines de los objetivos generales del parque de diversión familiar.

Presentar nómina de sueldos

Realizar arqueo de caja

Llevar la contabilidad del parque.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

Tabla 12: Perfil de un Cajero

Cargo: Cajero

Perfil del Cargo

Nivel de Estudio: Bachiller

Capacitaciones: 80 horas

Experiencia: mínima de 1 años

Edad: de 25 en adelante

Competencias:

Tener iniciativa

Entender información que será procesada

Analizar declaraciones de impuestos

Dominio de cálculos contables

Ser ágil en el cumplimiento de tareas asignadas

Manejar programas contables

Saber llevar un control contable claro y preciso de ingresos y egresos de la empresa

Funciones del Cargo:

Recepción del cobro de entradas

Recibir a los clientes

Verifica y analiza los movimientos de caja.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

Tabla 13: Perfil de Personal de Limpieza

Cargo: Operario

Perfil del Cargo

Nivel de Estudio: Bachiller

Experiencia: mínima de 1 año

Edad: de 20 en adelante

Competencias:

Tener iniciativa

Entender información que será procesada

Ser ágil en el cumplimiento de tareas asignadas

Funciones del Cargo:

Garantizar la limpieza de las instalaciones

Realiza pedidos de material de limpieza, equipos de oficina y bienes de consumos que se requieran.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

Tabla 14: Perfil del Personal de Juegos

Cargo: Operario

Perfil del Cargo

Nivel de Estudio: Bachiller

Experiencia: mínima de 1 año

Edad: de 20 en adelante

Competencias:

Tener iniciativa

Entender información que será procesada

Ser ágil en el cumplimiento de tareas asignadas

Funciones del Cargo:

Garantizar el correcto uso de los juegos

Ayudar a los clientes en algún juego

Realiza pedidos de material de limpieza para los juegos

Ver el correcto funcionamiento de los juegos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

El presente manual es el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas. Engloba el diseño y descripción de los diferentes puestos de trabajo estableciendo normas de coordinación entre ellos. Es un documento que especifica requisitos para el cargo, interacción con otros procesos, responsabilidades y funciones.

2.04.05.03 Dirección

“Define la dirección indirectamente al señalar, una vez constituido el grupo social, se trata de hacerlo funcionar tal es la misión de la dirección, la que consiste

para cada jefe en obtener los máximos resultados posibles de los elementos que componen su unidad, en interés de la empresa”. (Fayol H. , 1918, pág. 23)

1.- Toma de decisiones.

“Con frecuencia se dice que las decisiones son algo así como el motor de los negocios y en efecto de la adecuada selección de alternativas depende en gran parte el éxito de cualquier organización”. (Lizarraga, 2010, pág. 45)

1. Definir el problema
2. Analizar el problema
3. Evaluar las alternativas
4. Elegir entre alternativas
5. Aplicar la decisión

2.- Integración

“La integración comprende la función a través de la cual el administrador elige y se allega, de los recursos necesarios para poner en marcha las decisiones previamente establecidas para ejecutar los planes”. (Lizarraga, 2010, pág. 45)

1. Reclutamiento.
2. Selección.
3. Introducción o inducción.
4. Capacitación y desarrollo.

3. Motivación

“La motivación es la labor más importante de la dirección, a la vez que la más compleja, pues a través de ella se logra la ejecución del trabajo tendiente a la obtención de los objetivos”. (Lizarraga, 2010, pág. 45)

4. Comunicación.

La comunicación es un aspecto clave en el proceso de dirección.

5. Liderazgo

La supervisión consiste en vigilar y guiar a los subordinados de tal forma que las actividades se realicen adecuadamente. (Lizarraga, 2010, pág. 45)

1. La productividad del personal para lograr los objetivos.
2. La observancia de la comunicación.
3. La relación entre jefe-subordinado.
4. La corrección de errores.
5. La observancia de la motivación y del marco formal de disciplina.

En si es la capacidad de influir en las personas para que contribuyan a las metas de la organización y del grupo, implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales, las relaciones y el tiempo son fundamentales para la tarea de dirección, de hecho la dirección llega al fondo de las relaciones de los gerentes con cada una de las personas que trabajan con ellos dirigen tratando de convencer a los demás de que se les unan para lograr el futuro que surge de los pasos de la planificación y la organización, los gerentes al establecer el ambiente adecuado, ayudan a sus empleados a hacer su mejor esfuerzo.

2.04.05.04 Control

Los administradores deben controlar que las actividades de la compañía están en línea con las políticas y objetivos de la empresa en general. Es también responsabilidad del administrador observar y reportar las desviaciones de los planes y objetivos, y coordinar las tareas para corregir posibles desviaciones. (Fayol H. , 1916, pág. 45)

2.04.05.04.01 Control de Asistencia Laboral

Los controles de asistencia laboral son sistemas de control de accesos que permiten llevar un registro de las entradas y salidas de los empleados en una empresa. La supervisión de la asistencia te permite comprobar la puntualidad y asistencia de los trabajadores a su puesto. Con un control de asistencia laboral la empresa puede monitorizar su productividad empresarial para saber si cumplirá sus objetivos, y en caso contrario analizar y mejorar para conseguirlo. (Fayol H. , 1916, pág. 69)

Tabla 15: Control de Asistencia Laboral

Parque de diversión Familiar

Hoja de Control de Asistencia



Empleado:			N. de cédula:		
Área:			Cargo:		
Mes:					
Fecha	H. de entrada	H. salida de almuerzo	H. entrada de almuerzo	H. de salida	Firma

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

Por medio de esta herramienta se podrá tener acceso a la presentación del personal, por medio de su puntualidad y capacidad de contribuir a la misma, esto nos da un control más eficaz y seguro para llevar, ya sea a los trabajadores o al departamento administrativo.

2.04.06 Gestión Operativa

“Esta técnica consiste en desarrollar la gestión para la ejecución de un proyecto o actividad. Con la utilización de esta técnica se tiene de una forma

resumida todos y cada uno de los pasos que es necesario dar para llevar a cabo la ejecución de los programas.” (Sánchez & Zumeta, 2011, pág. 78)

Además es un proceso de gestión operativa que se caracteriza por cumplir los siguientes requisitos:

- ✓ Es capaz de identificar los objetivos operativos prioritarios
- ✓ Es capaz de asignar correctamente las responsabilidades
- ✓ Es capaz de identificar los indicadores y las metas operativas más apropiadas
- ✓ Es capaz de gestionar las prioridades en tiempo real
- ✓ Es capaz de realizar la supervisión visual de los indicadores de los objetivos prioritarios
- ✓ Es capaz de identificar los cuellos de botella reales que obstaculizan el logro de los objetivos prioritarios
- ✓ Es capaz de solucionar con eficiencia

(Giorgo, 1997)

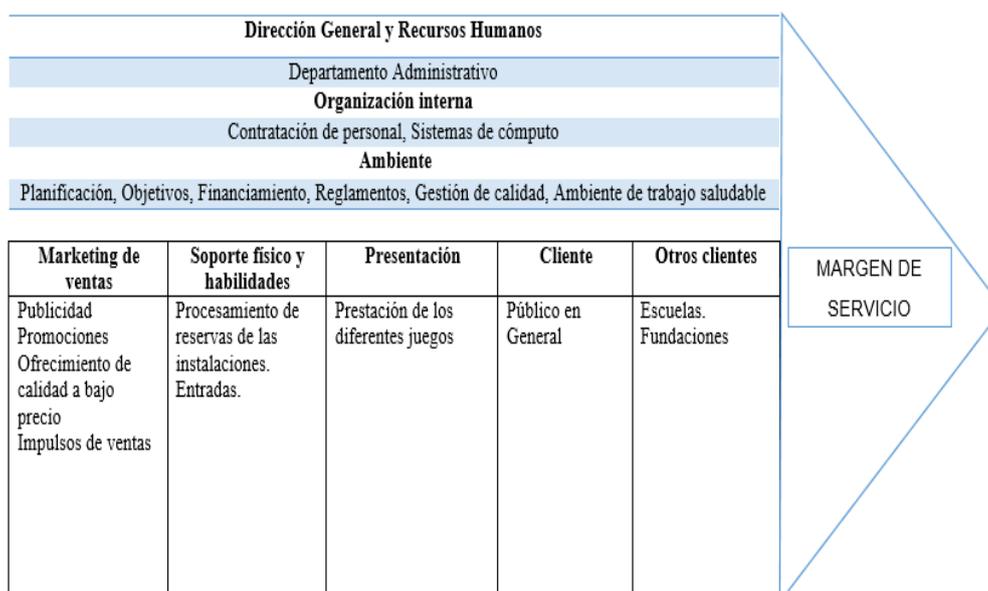


Figura 8: Cadena de valor

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis:

La importancia de conocer los procesos y subprocesos existentes ayudará a la misma a ejecutar sus actividades para administrar de manera correcta recursos existentes como tiempo, personal por lo cual saber el orden a ejecutarse para el cumplimiento del servicio es de vital importancia para entregar un servicio de calidad orientándonos en el desarrollo de actividades a la mejora continua de una manera en la que se evidencie.

Las Actividades Primarias

Son aquellas que tienen que ver con el desarrollo del servicio, su producción, las de logística y los servicios de post-venta que pueden ser controlables dentro de la organización para la impulsión de los servicios.

Las Actividades de Soporte

La administración de los recursos humanos, las de compras de bienes y servicios, las de desarrollo tecnológico (telecomunicaciones, automatización, desarrollo de procesos e ingeniería, investigación), las de infraestructura empresarial (finanzas, contabilidad, gerencia de la calidad, relaciones públicas, asesoría legal, gerencia general).

2.04.07 Gestión Comercial

La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado, dado esto, es necesario desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad. (Herrera, 2015, p. 66)

2.04.07.01 Producto

“Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además el producto puede ser un bien o un servicio”. (Thompson, 2009, p. 98)

El servicio de parque de diversión familiar serán de protección integral y confiable para nuestros clientes ya que ofreceremos calidad en el servicio e innovando sus juegos, adaptadas a las necesidades de nuestros clientes, con el respaldo de nuestro equipo, estándares de calidad, ética y excelencia.

Características

- Se atiende con rapidez.
- Es de fácil acceso.
- Precios moderados.
- Diseño único y diferente que llama la atención de los consumidores.

Beneficios

- Satisfactores
- Utilidades
- Capacidad de atender o cubrir necesidades y deseos de los clientes

2.04.07.02 Precio

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio”. (Philip, 2008, p. 11)

Políticas de precios

- El precio no varía es un único valor de entrada a las instalaciones.
- Se realizará descuentos a los cupones presentados por la misma

2.04.07.03 Plaza

Se le denominan a los canales de distribución de los productos. Es la manera por la cual la compañía hace llegar un producto hasta el cliente. La distribución tiene diferentes canales por los cuales el consumidor obtiene los productos, los cuales pueden ser: el directo, comprador mayorista y tiendas de retail, entre otras maneras de distribución. (Cuna, 2010, pág. 34)



Figura 9: Mapa de Ubicación

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

En este mapa podemos observar el lugar en donde se situara el parque de diversión familiar ya que hemos analizado que en este sector la implementación de este servicio que nosotros ofrecemos no hay ninguno en el sector por lo tanto hemos tomado la decisión de ubicarnos en el centro de Machachi, brindando calidad y confianza en nuestros clientes.

2.04.07.04 Promoción

La promoción es el medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al gran público. En cierto modo, se podría decir que las comunicaciones de marketing representan la voz de la marca, y posibilitan el diálogo y la creación de relaciones con los consumidores. (Kloter, 2009)

- Determinar descuentos para cliente fijos.
- Promocionar mediante la revista de la Parroquia cupones con descuentos.
- En temporada de verano, navideña, ofrecer descuentos del 30%.
- En días especiales como es el día del niño ofrecer descuentos
- Repartir publicidad hojas volantes, trípticos.

2.04.07.05 Publicidad

“Es la forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado”. (Cuna, 2010)



Figura 10: Redes Sociales

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache



Figura 11: Instagram

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

2.04.07.05.01 Manual de Gestión Comercial de Aventura Park

Introducción

Elaborar un manual de imagen corporativa de Aventura Park con el fin de representar en forma ordenada los aspectos de la organización necesarios para un buen manejo laboral.

Objetivo

El parque de diversiones Aventura Park quiere darse a conocer por su originalidad en el servicio para ello necesita manejar una buena imagen comercial que sea capaz de llegar al cliente.

Nombre:**AVENTURA PARK**

El nombre es Aventura Park, este nombre ha sido determinado por el promotor del proyecto.

Se lo ha determinado Aventura Park porque cada persona que sea parte de nuestro servicio podrá disfrutar de las atracciones llamativas, divertidas y recreativas, enfocadas siempre a la recreación de niños, jóvenes y adultos, de esta forma siendo para todos sus visitantes una aventura.

Logotipo:

Figura 12: Logotipo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

El logotipo de la empresa está básicamente representado por las propias palabras libres de contracciones, la combinación de tipografías bold y regulares, dan al logotipo la fuerza necesaria para hacer de las palabras una marca.

Isotipo:

Figura 13: Isotipo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

Isologo:**Figura 14: Isologo**

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

La sencillez y la cromática de las formas usadas en el isologo le aportan el valor requerido y el complemento necesario para darle una identidad propia.

En su forma compleja y definitiva de marca, representa una montaña haciendo referencia a la naturaleza, de esta forma relacionándola directamente a la aventura, así también el isologo es una representación estilizada de una elevación representativa del Cantón Mejía.

Slogan:**Figura 15: Slogan**

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

Basándose en nuestro público objetivo y el enfoque al cual nos dirigimos, hemos visto conveniente manejar un slogan incluyente que refleje los principios que nos representa.

Siempre enfocándonos en el bienestar de los visitantes y con el afán de transmitir calidez, se ha tomado las decisiones por un slogan que nos identifique y represente todo lo que somos, siendo este **Entretenimiento Familiar**.

Colores:

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

Los colores usados en el isologo son:

Rojo: Es un color muy intenso a nivel emocional, tiene una visibilidad muy alta, transmite fuerza y energía, simboliza el amor

Verde claro y oscuro: El color verde tiene sensación calmante, simboliza la esperanza y se relaciona con la naturaleza.

Café: Es un color realista por ser el de la tierra, también es el color favorito de lo acogedor.

Nota: estos colores y valores pueden variar en sus degradados o similares, siempre y cuando se mantenga una combinación armónica, con el fin de resaltar el Isologo dentro del soporte que se esté aplicando.

Modulación Grafica:

EL Imagotipo se inscribe en una superficie modular de proporciones 4 x 13
El valor “X” establece la unidad de medida, de esta manera aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

Las medidas de este isologo no deberán ser vulneradas y siempre se respeta su área de protección.

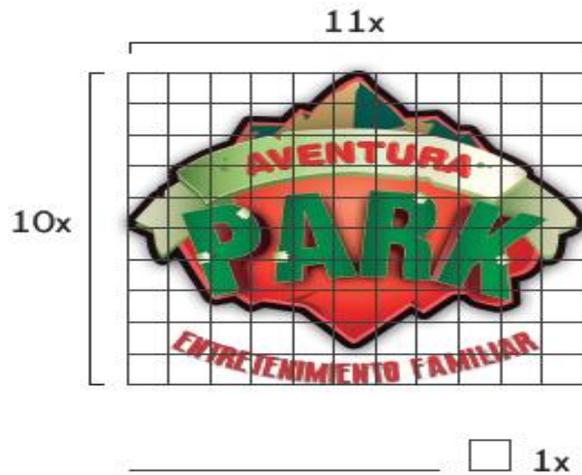


Figura 16: Modulación Grafica
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Carla Sambache
Formas Publicitarias



Figura 17: Tarjetas de presentación
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Carla Sambache



Figura 18: Banner o Roll up
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Carla Sambache

Merchadising



Figura 19: Camisetas
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Carla Sambache



Figura 20: Gorras

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache



Figura 21: Esferos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

CAPÍTULO III

3. Estudio de mercado

“Se puede definir como la recopilación y análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizado de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing” (Pablo Peñalver, 2009)

Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses.

3.01 Análisis del consumidor

El común denominador entre las personas es que somos consumidores, aspectos como nuestro entorno político, cultural o social son también factores que los identifican; sin embargo, todos los seres humanos usamos o consumimos alimentos, ropa, transporte, educación, cultura, recreación, ideas, etc. Ser consumidores implica que formamos una parte importante de la estructura económica, doméstica e internacional. Nuestras decisiones afectan a la demanda de materias primas, accesorios, componentes, maquinaria, equipos y servicios que pueden llevar a las organizaciones al éxito o al fracaso. (Pablo Peñalver, 2009, pág. 67)

El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás caract

erísticas de los consumidores, la importancia del análisis del consumidor radica en que al conocer mejor sus características, podemos tomar decisiones o diseñar estrategias que nos permitan atenderlo de la mejor manera posible o que mejores resultados puedan tener en él.

Para que el consumidor adquiera un bien o servicio intervienen varios factores propios acorde a su necesidad y prioridad ya que no todos los consumidores adquieren lo mismo, cada uno es diferente y tiene su propio estilo de vida por lo que demanda diferentes bienes y servicios.

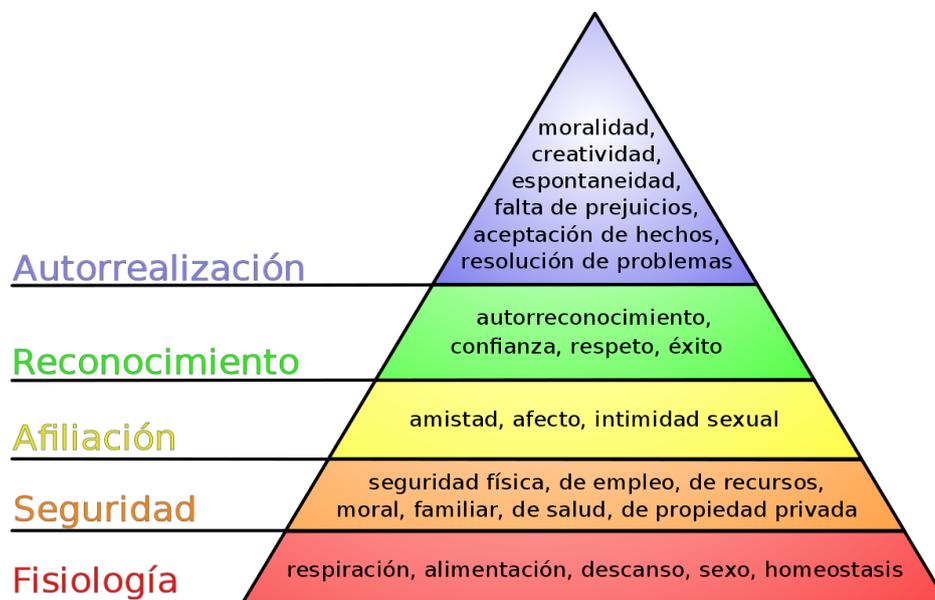


Figura 22: Pirámide de Maslow
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Carla Sambache

El presente proyecto satisface la necesidad de Autorrealización la creatividad que es una de las necesidades principales y la necesidad de seguridad física de todo ser humano, por lo que el proyecto brinda el servicio de prestación de un parque de diversión familiar, pero al ser el proyecto un servicio estará enfocado hacia todas las personas que desean tener un momento de distracción en familia.

3.01.01 Determinación de la Población y Muestra

3.01.01.01 Población

“Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado, donde se desarrollará la investigación”. (Tamayo, 2012, pág. 46)

Es por ello que la población se lleva a cabo en la investigación para el total de individuos, que se encuentran en un sector para el respectivo análisis, de poder tener un estudio concreto y sacar una investigación más a fondo para la determinada encuesta, entrevistas que se llevara a cabo.

Tabla 16: Población

Segmentación Geográfica	
País: Ecuador	16.752.099
Provincia: Pichincha	2.576.287
Cantón Mejía	81.335
Sector: Machachi	62.888
Segmentación Demografía	
Género	Femenino: 31.683 Masculino: 31.205
Total	62.888
Segmentación Socioeconómica	
Clase media	25.692

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

Según la Investigación se da a conocer que en la Provincia de Pichincha en el Cantón Mejía en el sector de Machachi la cantidad de 25.692, que va enfocado a la investigación del siguiente proyecto la cual por medio de esto lograremos e identificar que contengan las características que correspondan en el estudio, con un lugar correspondiente para la realización de encuestas y entrevistas según su interés.

3.01.01.02 Muestra

Según Balestrini (2006), señala que: “Una muestra es una parte representativa de una población, cuyas características deben producirse en ella, lo más exactamente posible.” (Balestrini, 2006)

Según la muestra es la metodología que da el levantamiento de información para la determinar un subconjunto de una pequeña parte de la población el cual se va a investigar y dar a conocer a cuantas personas se va realizas los métodos de información.

Población Finita

n= muestra

N=Población (25.692)

Z= Porcentaje de Confianza de 95%(1.96)

P= Variabilidad Positiva de 50%(0.5)

Q= Variabilidad Negativa de 50%(0.5)

E=Porcentaje de Error de 5%(0.05)

Formula:

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

Ecuación:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 25.692}{(25.692-1) * (0.05^2) + (1.96^2) * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 24.674.597 / 25691 * 0.003 + 0.96$$

$$n = 24674597 / 78.033$$

n = 316 personas

3.01.02 Técnicas de obtención de la información

Son procedimientos metodológicos y sistemáticos que se encargan de operatividad e implementar los métodos de investigación y que tienen la facilidad de recoger información de manera inmediata, las técnicas son también una invención del hombre y como tal existen tantas técnicas como problemas susceptibles de ser investigados". (Vasquez, 2014, pág. 79)

Las técnicas de recolección de la información es un procedimiento básico para tomar decisiones y resolver problemas, aparte que son instrumentos básicos para para respaldar aquella información que se analiza.

3.01.02.01 Encuesta

La encuesta se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra puede ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población". (Stanton, Etzel y Walker, Mc Graw Hill, 2004, pág. 98)

Es una herramienta necesaria al momento de llevar a cabo una investigación ya que recoge información de un conjunto de personas con el objetivo de conocer datos específicos.

3.01.02.01.01 Modelo de la Encuesta

Tabla 17: Modelo de la Encuesta


**TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**

ENCUESTA

Objetivo
La siguiente encuesta es de carácter confidencial. Está destinada a recabar información necesaria para conocer el comportamiento de los consumidores del parque de diversión familiar AVENTURA PARK.

Instructivo
Marque con una (X), una sola opción de respuesta.

Información Demográfica

Género:
Masculino Femenino

Edad
15-20 21-40 41 en adelante

1.- ¿A utilizado del servicio de un Parque de Diversión Familiar?
Sí No

2.- ¿Con que frecuencia va a un parque de diversión familiar?
Semanal
Quincenal
Mensual

3.- ¿Cuál es su gasto mensual al asistir algún parque de diversión familiar?
\$ 10,00 - 19,99
\$ 20,00 – 29,99
\$ 30,00 – 39,99

4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por una hora en el parque de diversión familiar?
\$ 3.50
\$ 4.00
\$ 4.50

5.- ¿A través de que medio le gustaría recibir información del parque de diversión familiar?
Televisión

Radio	<input type="checkbox"/>
Redes Sociales	<input type="checkbox"/>
6.- ¿Con quién suele asistir usted a un parque de diversión?	
Familia	<input type="checkbox"/>
Amigos	<input type="checkbox"/>
7.- ¿Qué aspectos son los que usted toma en cuenta al momento de asistir a un Parque de Diversión?	
Precio	<input type="checkbox"/>
Servicio.	<input type="checkbox"/>
8.- ¿Qué actividades realiza cuando dispone de tiempo libre?	
Pasar en la casa	<input type="checkbox"/>
Parque de Diversiones	<input type="checkbox"/>
Practica algún deporte	<input type="checkbox"/>
9.- ¿Tiene usted algún parque de diversión familiar de su preferencia?	
Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
10.- ¿Le gustaría utilizar un parque de diversión familiar?	
Sí	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
11.- ¿Estaría de acuerdo con la implementación de un Parque de Diversión Familiar en el sector de Machachi?	
Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Fuente: Estudio de Mercado, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

3.01.03 Análisis de la información

“El levantamiento de los procesos es una forma de representar la realidad de la manera más exacta posible, a partir de la identificación de las diferentes actividades que se realizan en un proceso para lograr un determinado resultado o producto”. (Bergholz, 2000, pág. 67)

El levantamiento de procesos hace referencia en la cual no ayudara a recopilar la información de los procesos en el cual obtendremos un resultado sobre cómo se están manejando la actividad.

Información Demográfica

Género

Tabla 18: Género

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Masculino	105	33,23
Femenino	211	66,77
Total	316	100,00

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

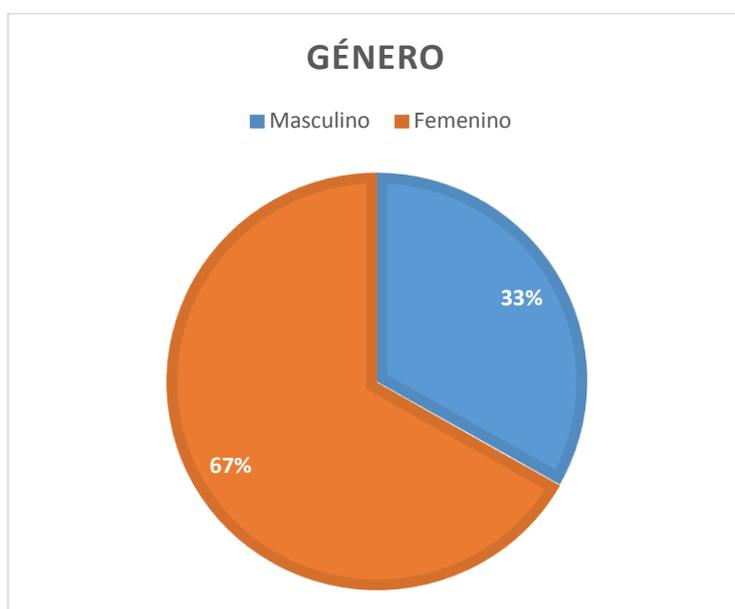


Figura 23: Género

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis

Del total de los encuestados el 67%, 211 son Femenino y el 33 % y 105 son Masculino. Esta información no es tan relevante para el presente proyecto, ya que para el desarrollo del mismo, tanto hombres como mujeres son importantes.

Edad

Tabla 19: Edad

VARIABLE	FRECUENCIA	%
De 15 a 20	172	54,43
De 21 a 40	102	32,28
De 41 en adelante	42	13,29
Total	316	100,00

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

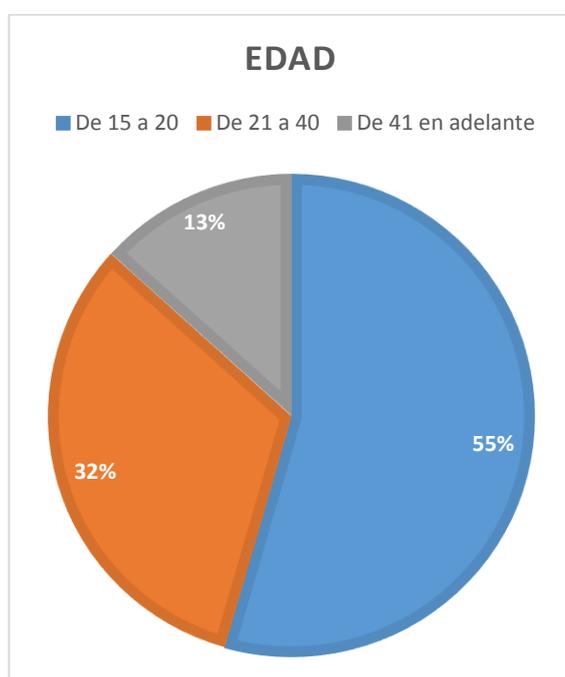


Figura 24: Edad

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis

Según el estudio el 55%, es decir que la mayoría se encuentra en la edad de 15 a 20 años de mayor acogida al servicio y el 32 % en la edad de 21 a 40 y un 13% entre 41 en adelante lo cual esta información no es tan relevante para el presente proyecto, ya que para el desarrollo del mismo la edad no es importante.

1.- ¿Ha utilizado del servicio de un Parque de Diversión Familiar?

Tabla 20: Pregunta 1

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	60	19
No	256	81
Total	316	100,00

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

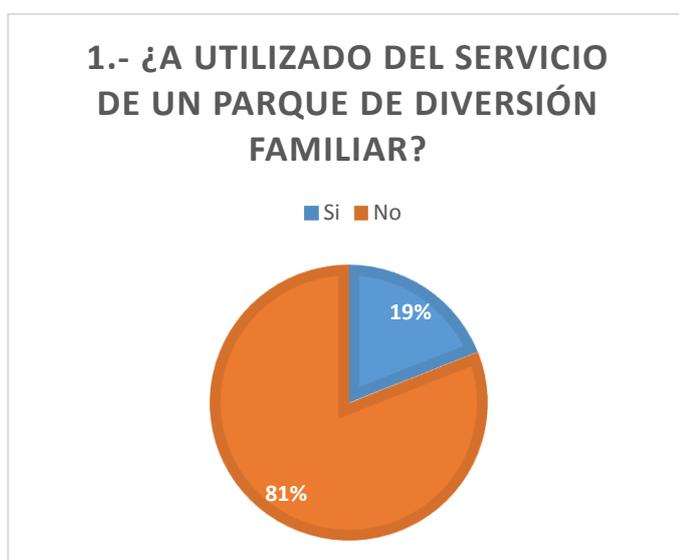


Figura 25: Pregunta 1

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis

Del total de encuestados el 81% equivalente a 256 personas, no han utilizado un parque de diversión familiar, y un 19% si conocen. De esta información se desprende que representa una gran oportunidad la implementación del proyecto, ya que el mercado objetivo es amplio.

Conclusión

La utilización del servicio se llega a determinar el éxito o el fracaso de la implementación de un servicio nuevo en el mercado, pero esto es una oportunidad de

innovar y a través de la creatividad colocarnos en el mercado y ser los pioneros de estos.

Recomendación

En vista de que el servicio es nuevo en el mercado, y las personas no conocen de él, es esencial implementar la publicidad y propaganda para dar a conocer del parque de diversión familiar que permitirá brindar momentos de entretenimiento familiar.

2.- ¿Con que frecuencia va a un parque de diversión familiar?

Tabla 21 : Pregunta 2

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Semanal	75	24
Quincenal	67	21
Mensual	174	55
Total	316	100

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

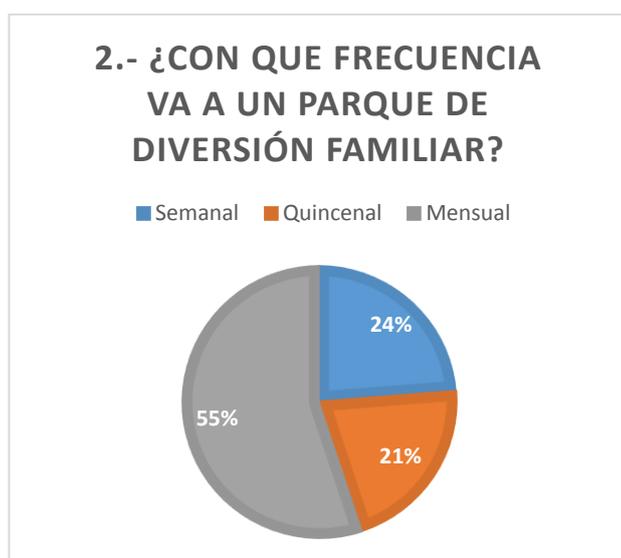


Figura 26: Pregunta 2

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis

De los datos procesados se desprende lo hacen de forma semanal con un porcentaje del 55% que equivale a 174 personas, visitan un parque de diversión familiar le sigue de forma quincenal un porcentaje de 21% que equivale a 67 personas de forma quincenal, y semanalmente es el porcentaje más bajo del 24% que equivale a 5 personas.

Recomendación

Se deber tener cuenta que la población encuestada que visita un parque de diversión lo realiza de manera mensual en su mayoría, razón por la cual la debe ser enfocada de manera eficiente con el fin de satisfacer las necesidades a tiempo.

Conclusión

Hay que tener claro las características de nuestro mercado al que se va a dirigir, ya que las ventas son según el uso de servicio por el número de miembros de cada familia.

3.- ¿Cuál es su gasto mensual al asistir algún parque de diversión familiar?

Tabla 22 : Pregunta 3

VARIABLE	FRECUENCIA	%
\$ 10,00 a \$ 19,99	35	11
\$ 20,00 a \$ 29,99	136	43
\$ 30,00 a \$ 39,99	145	46
Total	316	100

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

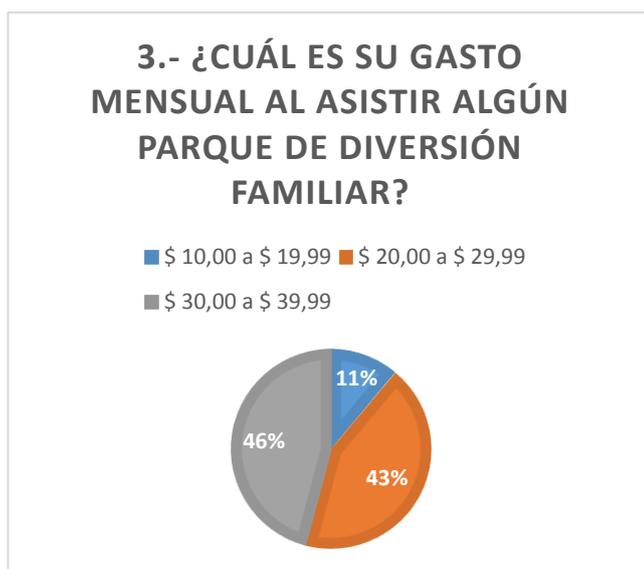


Figura 27: Pregunta 3
Fuente: Encuestas, 2017
Elaborado por: Carla Sambache

Análisis

Del total de encuestados se aprecia que el 46 % que representan 145 personas, que su gasto mensual es de \$30,00-39,99, el 43% que equivale a 43 personas su gasto es de \$20,00-a 29, 99 y un porcentaje del 11% muy baja lo haría menos a estos valores.

Conclusión

Los datos procesados nos dan una referencia que del sector encuestado, tiene un gasto mensual medio con lo cual se podrá promediar las ganancias iniciales en una ejecución del proyecto.

Recomendación

El gasto que hacen mensual en asistir a un parque de diversión es un promedio del cual van hacer nuestra oportunidad de ingreso para nuestro proyecto.

4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por una hora en el parque de diversión familiar?

Tabla 23: Pregunta 4

VARIABLE	FRECUENCIA	%
\$4,50	165	52
\$5,00	129	41
\$5,50	22	7
Total	316	100

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

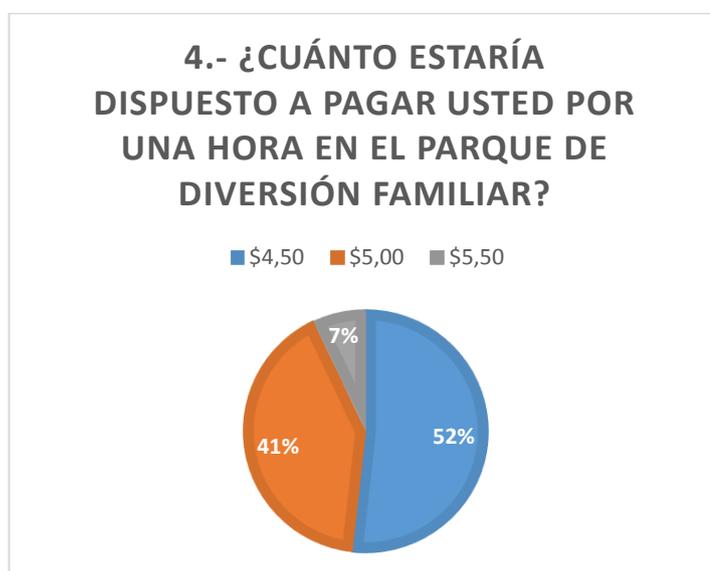


Figura 28: Pregunta 4

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis

La población del sector de Machachi nos indica que está dispuesto a pagar por una hora en el parque de diversión familiar un valor estimado de \$ 3,50 obteniendo como resultado 52% que representan 165 personas, prefieren pagar de \$4,00, el 41% que equivale a 129 personas, y de \$4, 50 y un porcentaje muy baja lo haría mayor a estos valores.

Conclusión

Los datos procesados nos dan una referencia para establecer los precios reales de lo ofrecido para que estos se acoplen a la realidad del sector encuestado, con lo cual se podrá promediar las ganancias iniciales en una ejecución del proyecto.

Recomendación

Existen precios bajos en el mercado, razón por la cual debemos ser competitivos con innovación en el servicio.

5.- ¿A través de que medio le gustaría recibir información del parque de diversión familiar?

Tabla 24: Pregunta 5

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Televisión	49	16
Radio	62	20
Redes Sociales	205	65
Total	316	100

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

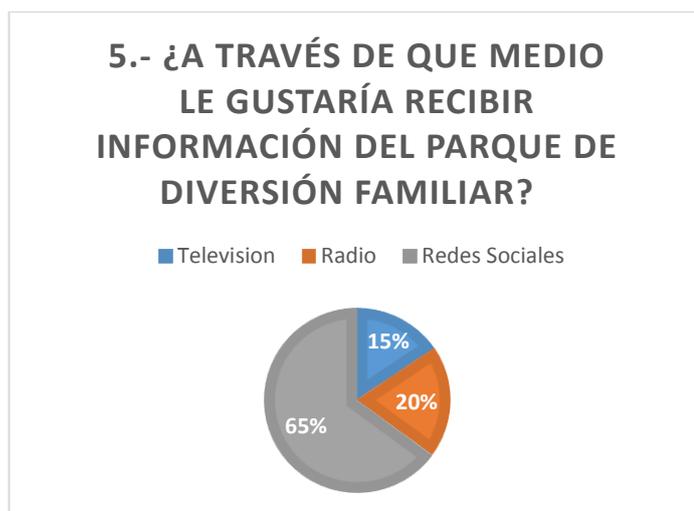


Figura 29: Pregunta 5

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis

Según la pregunta indica que le gustaría informarse sobre el servicio que ofrece por medio de red social con un resultado de 65%, por otra parte mencionan que su información se debería basarse por la radio un total de aprobación de 20%, una mínima parte indica que es mejor tener conocimiento del servicio es por television.

Conclusión

La mayoría del público es jóvenes es por eso que prefieren las redes sociales la cual es un mercado objetivo para el parque de diversión familiar.

Recomendación

Utilizar los medios radiales que tienes nuestro sector para llegar a toda la ciudadanía.

6.- ¿Con quién suele asistir usted a un parque de diversión?

Tabla 25: Pregunta 6

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Familia	164	52
Amigos	152	48
Total	316	100

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

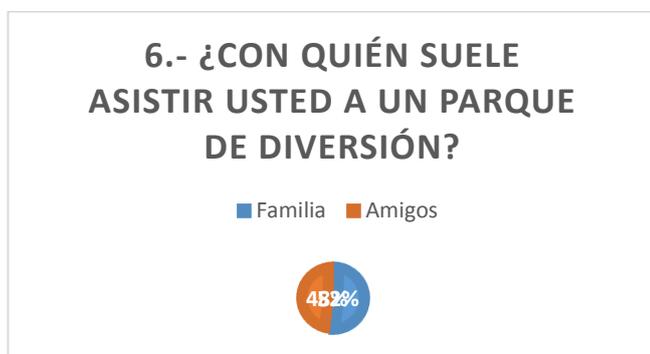


Figura 30: Pregunta 6

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis

Según la pregunta indica que le suelen asistir a un parque de diversion con su familia dando como resultado de 52%, por otra parte mencionan un 48% con amigos lo cual la dos partes son objetivas para el proyecto.

Conclusión

La mayoría suele asistir con su familia lo cual esto brinda un entretenimiento familiar y se tiene como ventaja competitiva las actividades que realizarán con sus hijos lo cual se tendrá un mercado objetivo.

Recomendación

La mayoría de los visitantes suelen ser de familias y amigos al parque de diversion familiar el cual dara una seguridad para seguir creciendo e innovando en los juegos.

7.- ¿Qué aspectos son los que usted toma en cuenta al momento de asistir a un Parque de Diversión?

Tabla 26: Pregunta 7

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Precio	156	49
Servicio	160	51
Total	316	100

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

**7.- ¿QUÉ ASPECTOS SON LOS QUE
USTED TOMA EN CUENTA AL
MOMENTO DE ASISTIR A UN
PARQUE DE DIVERSIÓN?**

■ Precio ■ Servicio

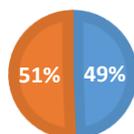


Figura 31: Pregunta 7

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis

Del total de los encuestados, el 51% equivalente a 160 personas, toman en cuenta el servicio el 49% que equivalen a 156 personas toman en cuenta el precio, pues estos son los 2 factores predominantes en esta investigación.

Conclusión

La prestación del servicio es una oportunidad de innovación para los ciudadanos, se deben tomar en cuenta estos factores para la implementación.

Recomendación

Para la prestación del servicio se tomara en cuenta el precio que sea accesible y competitivo en el mercado.

8.- ¿Qué actividades realiza cuando dispone de tiempo libre?

Tabla 27: Pregunta 8

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Pasar en la casa	144	46
Parque de Diversiones	137	43
Practica algún deporte	35	11
Total	316	100

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

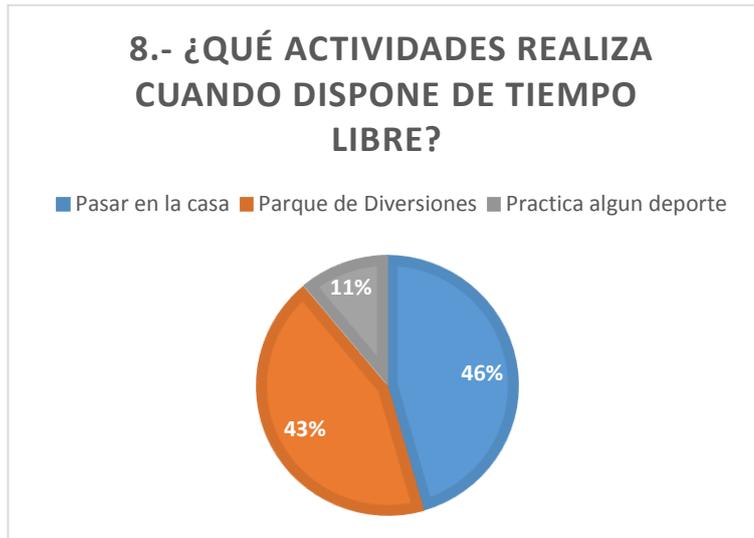


Figura 32: Pregunta 8

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis

Se puede apreciar que el 46% que fueron encuestados que corresponde a 144 personas que pasan en sus casas, le sigue un 43% que corresponde a 137 personas que suelen asistir a parques de diversiones fuera de la ciudad, el 11% algo muy bajo que practica algún deporte.

Recomendación

El énfasis en la implementación del parque de diversión familiar es que las familias del sector tengan un entretenimiento cerca de sus hogares.

Conclusión

La mayoría de las personas pasan en sus casas tengan un momento de diversión en familia.

9.- ¿Tiene usted algún parque de diversión familiar de su preferencia?

Tabla 28: Pregunta 9

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	111	35
No	205	65
Total	316	100

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

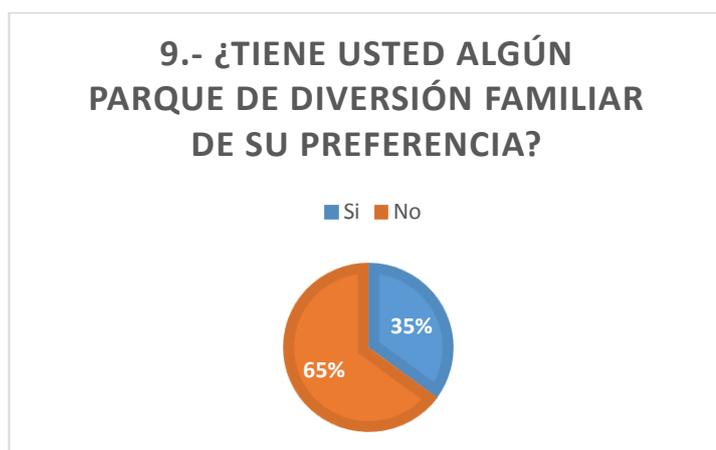


Figura 33: Pregunta 9

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis

La estadística muestra que el 65% de la población encuestada no tiene definido una marca o proveedor en especial el cual está enfocado en una población con una situación económica media.

Conclusión:

El nivel medio de proveedor definido debe verse como una oportunidad ya que existen pocos y ahí a donde se debe llegar.

Recomendación

Que las personas encuestadas se identifiquen con nuestro servicio y así tener un posicionamiento en el mercado.

10.- ¿Le gustaría utilizar un parque de diversión familiar?

Tabla 29: Pregunta 10

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	141	65
No	75	35
Total	216	100

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache



Figura 34: Pregunta 10

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis

De los datos procesados se obtiene que un 65% corresponde a 141 personas que les gustaría utilizar un parque de diversión familiar nuevo en el sector y el 35% que corresponde a 75 personas que no les gustaría utilizar.

Conclusión:

Las personas que no les gustaría utilizar el servicio tratar de llegar a ellos con promociones para alcanzar un 100%.

Recomendación

Tener una variedad de juegos para que todas las personas puedan utilizar nuestro servicio a su gusto.

11.- ¿Estaría de acuerdo con la implementación de un Parque de Diversión Familiar en el sector de Machachi?

Tabla 30: Pregunta 11

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	307	97
No	9	3
Total	316	100

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

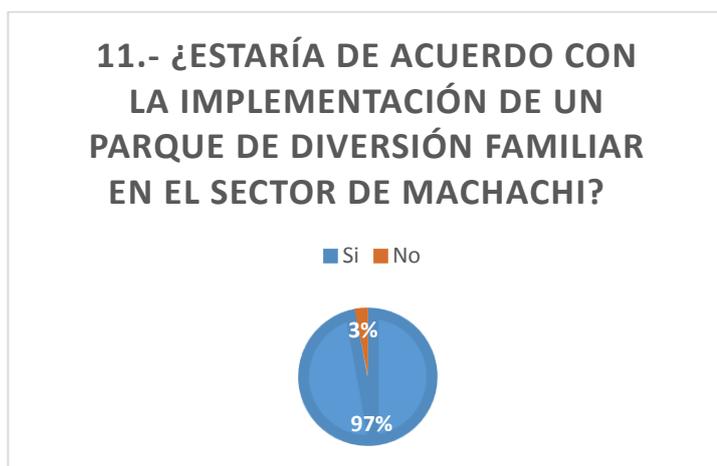


Figura 35: Pregunta 11

Fuente: Encuestas, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

Análisis

De los datos procesados se obtiene que el 97% equivalente a 307 encuestados indican que están de acuerdo, y tan solo el 3% están en desacuerdo.

Conclusión

La aceptación por parte de la población de Machachi está de acuerdo con la implementación de un parque de diversión familiar.

Recomendación

Es bastante novedoso para los pobladores contribuir con el estudio de creación de un parque de diversión familiar que den beneficios comunitarios, y tenga un fin de inyección a la innovación para la matriz productiva.

3.02 Oferta

“La oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. En la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida.” (Baca U, 2010, pág. 23)

Con la oferta podremos conocer cuáles son los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado para lograr así satisfacer las necesidades del cliente. Y se podrá conocer si el cliente está satisfecho con el producto que ha adquirido.

3.02.01 Oferta Histórica

El análisis del comportamiento de la oferta histórica del producto, se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro. Además, permite identificar y analizar las consecuencias positivas y negativas de decisiones que fueron tomadas por los competidores e incorporar dicha experiencia en beneficio del proyecto. (Sandoval P y Córdova S, 2002, pág. 56)

Con la oferta histórica se podrá conocer la cantidad del producto que se ofrece en el mercado y su comportamiento que tendrá en el futuro.

Tabla 31: Oferta Histórica

AÑO	FACTOR PROYECCIÓN	OFERTA
2017	-	135639,07
2016	0,0112	134119,92
2015	0,0338	129586,66
2014	0,0367	124830,83
2013	0,027	121460,40
2012	0,0416	116407,65

Fuente: Estudio de Mercados, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

El objetivo de este análisis, es proyectar la cantidad de bienes o servicios que serán entregados al mercado por la competencia, durante el periodo en que se va a evaluar el proyecto. Como se ha especificado, los métodos planteados para proyectar

la demanda pueden ser utilizados para pronosticar la oferta, pero se debe hacer el ajuste pertinente, de acuerdo a las variables que se vayan a trabajar.

3.02.02 Oferta Actual

En el mercado actual existe parques de diversiones, por ello se establece que existe oferta del mismo, por lo que para determinar la oferta actual se basara en los datos antes vistos sobre mercado potencial. Esta destinados a familias de clase media que viven en el sector de Machachi.

Tabla 32: Oferta Actual

Variable	Frecuencia	%	Demanda Actual	Oferta Actual
Tiene usted algún parque de diversión familiar de su preferencia	Si	35,13	209093,68	410184,33 * 64,87% = \$135.639,07
	No	64,87		

Fuente: Estudio de Mercados, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

3.02.03 Oferta Futura

“El objetivo de este análisis, de la oferta futura es proyectar la cantidad de bienes o servicios que serán entregados al mercado durante el periodo en que se evalúa el mercado a futuro”. (Sandoval P y Córdova S, 2002, pág. 102)

Con la oferta futura se podrá proyectar y hacer un análisis de la cantidad de bienes y servicios que se ofrecerán en el mercado para la satisfacción del cliente, lograr así conocer si el cliente hará la adquisición del producto a futuro.

Tabla 33: Oferta Futura

AÑO	FACTOR PROYECCIÓN	OFERTA
2017	-	135639,07
2018	0,0112	137158,23
2019	0,0112	138694,40
2020	0,0112	140247,78
2021	0,0112	141818,56
2022	0,0112	143406,92

Fuente: Estudio de Mercados, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

La oferta futura se determinó tomando en el PIB sectorial que corresponde al 3.80%

3.03 Demanda

”La demanda son deseos de un producto específico respaldado por la capacidad de pago, las empresas deben hacer un estudio minucioso de las personas que quieren su producto y de aquellas que necesitan, carecen y pueden pagarlo”.

(Keller, 2012, pág. 67)

Una cantidad de bienes o servicios que el consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer sus necesidades.

3.03.01 Demanda Histórica

Cuando existe información estadística resulta fácil conocer el monto y comportamiento histórico de la demanda. Cuando no se cuenta con esta información, la investigación de campo sirve como recurso para obtener datos y cuantificar la demanda.

Una vez realizada la investigación, se desprende que no existe demanda histórica para el producto, por lo tanto se utilizará los datos de la encuesta para calcular la demanda actual y la demanda futura.

Tabla 34: Demanda Histórica

AÑO	FACTOR PROYECCIÓN	DEMANDA (\$)
2017	-	209.093,68
2016	0,0156	205.831,82
2015	0,0152	202.703,18
2014	0,0137	199.926,15
2013	0,014	197.127,18
2012	0,0142	194.327,97

Fuente: Estudio de Mercados, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

3.03.02 Demanda Actual

Para los efectos del análisis existen varios tipos de demanda, que se pueden clasificar de la siguiente manera:

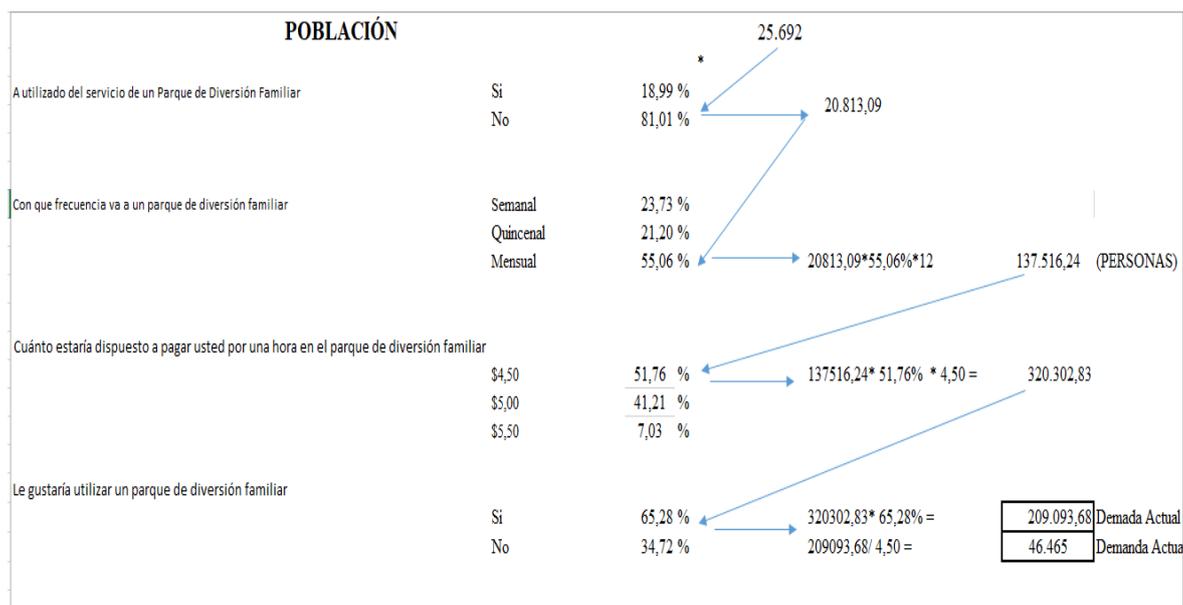


Figura 36: Demanda Actual

Fuente: Estudio de Mercados, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

Lo cual después del cálculo nos da como resultado una demanda actual de 406571,07

3.03.03 Demanda Futura

Los cambios futuros de la demanda se pueden conocer con cierta exactitud si se usan técnicas estadísticas.

Tabla 35: Demanda Futura

AÑO	FACTOR PROYECCIÓN	DEMANDA (\$)
2017	-	209.093,68
2018	0,0156	212.355,55
2019	0,0156	215.668,29
2020	0,0156	219.032,72
2021	0,0156	222.449,63
2022	0,0156	225.919,84

Fuente: Estudio de Mercados, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

Para este cálculo se tomó en cuenta la tasa de crecimiento poblacional.

3.04 Balance Oferta – Demanda

Este nos permite determinar la demanda insatisfecha, el cual se ha tomado datos de la oferta y demanda proyectada así arrojándonos la demanda insatisfecha proyectada.

3.04.01 Balance Oferta – Actual

“El conocimiento de la Demanda y Oferta proyectada nos permitirá conocer la demanda disponible del proyecto.” (Dolante, 2014)

Tabla 36: Balance de Oferta- Demanda Actual

DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
209.093,68	135.639,07	73.454,61

Fuente: Estudio de Mercados, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

3.04.02 Balance Oferta – Futura

“Estimar la Demanda Insatisfecha, la cual es igual a la demanda proyectada menos la capacidad productiva actual. Hallar la demanda proyectada menos la capacidad futura prevista.-Calcular la demanda proyectada menos la capacidad usada actualmente.” (Dolante, 2014, pág. 87)

Tabla 37: Balance de Oferta-Demanda Futura

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	209093,68	135639,07	73.454,61
2018	212355,55	137158,23	75.197,32
2019	215668,29	138694,40	76.973,89
2020	219032,72	140247,78	78.784,94
2012	222449,63	141818,56	80.631,07
2022	225919,84	143406,92	82.512,92

Fuente: Estudio de Mercados, 2017

Elaborado por: Carla Sambache

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

“El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”. (Baca U, 2010)

4.01 Tamaño del Proyecto

“El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado”. (Universidad Santo Tomás, 2012, pág. 49) .

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

Para la apertura o puesta en marcha del proyecto, se necesita de un tamaño mediano, para posteriormente irlo ampliando.

4.01.01 Equipo requerido

Tabla 38: Equipo requerido

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
JUEGOS	
Pared de escalar	1
Laberintos	1
Resbaladeras Gigantes	2
Área para menores de 5 años	1
Piscina de Pelotas	1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

Para la prestación del servicio se necesita lo detallado anterior mente en la tabla numero 39 ya que es el equipo necesario para la implementación del parque de diversión familiar.

4.01.02 Mano de Obra

La mano de obra es indispensable para llevar a cabo el servicio.

Tabla 39: Mano de obra

Numero	Cargo
1	Gerente
1	Cajera
1	Operario de Limpieza
1	Operario de Juegos

Fuente: Datos propios

Elaborado por: Carla Sambache

Detallado en la tabla de mano de obra que necesitara la empresa para la utilización del parque de diversión familiar necesitara un jefe general que controle todo lo financiero la cajera que se encargara del cobro de la entrada y un operario encargado de la limpieza y el operario de juegos que ayude con el servicio de alguno.

4.01.03 Variables de viabilidad

Disponibilidad de recursos.

Tabla 40: Recursos Financieros

Concepto	Porcentaje	Valor
Capital Propio	65%	31.012,84
Financiamiento	35%	16.650
TOTAL	100%	47.662,84

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

El 35% equivalente a 16.650 se financiará mediante un crédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Manantial de Oro LTDA. Ubicada en Machachi.

Requisitos de los créditos son los siguientes:

-  Abrir una cuenta de Ahorros.
-  Original y copia de cedula a color.
-  Original y copia de la papeleta de votación a color.
-  Justificación de los ingresos (Rol de pagos, Certificado de Ingresos + declaraciones, facturas).
-  Carta de agua, luz o teléfono (últimos 3 meses).
-  Impuesto Predial.
-  Solicitudes de crédito.

Tabla 41: Intereses

Monto	Plazo	Tasa
1-1000	24	15
1001-10000	72	20
10001-40000	72	19

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito Manantial de Oro

Elaborado por: Cooperativa de Ahorro y Crédito Manantial de Oro



Figura 37: Logo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Manantial de Oro

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito Manantial de Oro

Elaborado por: Cooperativa de Ahorro y Crédito Manantial de Oro

4.01.04 Capacidad Instalada

Es la cantidad máxima de Bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una Empresa por unidad de Tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas. Se puede medir en cantidad de Bienes y servicios producidos por unidad de Tiempo. (E-Conomic, 2012, pág. 78).

Estudia los diferentes métodos para determinar el tamaño de las instalaciones y se examina lo necesario en equipos, inmobiliario, enseres, entre otros para cubrir la demanda.

Tabla 42: Hoja de Automatización

Actividad	Tiempo de Operación	Capacidad Maquinaria	Numero de Maquinaria	Frecuencia por Día	Número de Obreros
Apertura del sistema	1min en ingresar al sistema	Manual	Manual	50veces	0,002
Entrega de factura	3min en tomar el dinero 1min en codificar la entrada 2min entregar factures	Manual	Manual	50 veces	0,010
Ingreso a las instalaciones	1 min en ingresar a las instalaciones	Manual	Manual	50 veces	0,002
Tiempo de juego	60 min en utilizar los juegos	Manual	Manual	50 veces	0,125
Salida de las instalaciones	3min salir de las instalaciones	Manual	Manual	50 veces	0,006

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

Tabla 43: Servicio

Parque de diversión familiar	
Servicios en el parque de diversión	14.780

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

4.01.05 Capacidad Óptima

“Capacidad óptima de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”. (Baca U, 2010, pág. 45)

Tabla 44: Servicio Óptimo

Detalle	Servicio Anual	capacidad optima 80%
Juegos	14780	11824
TOTAL SERVICIO	14780	11824

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Carla Sambache

La capacidad óptima indica que dimensión debe adoptar la estructura económica pues si la capacidad es mucho mayor que la producción real estaremos desperdiciando recursos

En la tabla 44 indica que la capacidad instalada será 14780 indica la capacidad óptima de la organización tomando en cuenta un 80% de la capacidad instalada que da un 11824 personas que se prestara el servicio en el cual ya está previsto el mantenimiento de los juegos o si existe algún percance en los trabajadores.

4.02 Localización

“El principal concepto geográfico útil para la localización es el de coordenadas geográficas, que permite la identificación de un punto de la superficie terrestre simplemente con dos números (que expresan la latitud y la longitud geográfica)”. (Baca U, 2010, pág. 67)

4.02.01 Macro - Localización

También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto, el estudio se constituye en un proceso detallado como. Mano de obra materiales primas, energía eléctrica, combustibles, agua, mercado, transporte, facilidades de distribución, comunicaciones, condiciones de vida leyes y reglamentos,

clima, acciones para evitar la contaminación del medio ambiente, apoyo, actitud de la comunidad, zona francas. Condiciones, sociales y culturales. (Baca U, 2010, pág. 68)

En este estudio primarán consideraciones relativas a criterios económicos que están incidiendo en los costos globales de producción y por lo tanto no incluyen análisis desagregados de los componentes del costo.

Tabla 45: Macro-Localización

MACRO- LOCALIZACIÓN

Provincia: Pichincha

Cantón: Mejía

Sector: Machachi

Fuente: Carla Sambache

Elaborado por: Carla Sambache



Figura 38: Macro Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Carla Sambache

El parque estará ubicado en la Provincia de Pichincha en el cantón Mejía en el sector Machachi, se ha escogido este lugar por la afluencia de habitantes que existe en este sector.

4.02.02 Micro – localización

Localización urbana, o suburbana o rural de forma más específica indicando de forma precisa la dirección del lugar que se indique. (Baca U, 2010).

Tabla 46: Micro-Localización

MICRO- LOCALIZACIÓN

Barrio: Machachi**Lugar:** Av. Pablo Guarderas y Mortiños**Calle:** Principal Lote 7

Fuente: *Carla Sambache***Elaborado por:** *Carla Sambache***Figura 39: Micro Localización****Fuente:** *Google Maps***Elaborado por:** *Carla Sambache*

El parque estará ubicado en la Provincia de Pichincha en el cantón Mejía en la población de Machachi, en la Av. Pablo Guarderas en el lote 7 se ha escogido este lugar por la afluencia de habitantes que existe en este sector.

4.02.03 Localización Óptima

En este caso, se trata simplemente de establecer el sitio donde se hará el emplazamiento final de la planta industrial, con el fin de que todos los análisis económico-financieros se refieran a dicha localización.

La localización óptima del proyecto, debe considerar adicionalmente los siguientes aspectos:

- Espacios de estacionamiento.
- Provisión de todos los servicios públicos básicos.

- Adecuadas vías de acceso.
- Amplias instalaciones.
- Cercanía de Instituciones públicas y empresariales importantes.

Se aplica una tabla de ponderación en la Matriz de localización que a continuación se describe. Existen tres alternativas de ubicación y se seleccionó la que reúne las mejores condiciones en cuanto a la valoración de cada una de las variables.

Tabla 47: Localización por puntos

Factores Relevantes	Ponderación	Machachi		Tambillo	
		Calificación	Total	Calificación	Total
Cercanía con los clientes	0,15	8	1,2	8	1,2
Infraestructura	0,1	9	0,9	7	0,7
Costo de arriendo	0,15	9	1,35	8	1,2
Seguridad	0,15	8	1,2	8	1,2
Cercanía competidores	0,1	8	0,8	9	0,9
Servicios Básicos	0,15	9	1,35	9	1,35
Accesibilidad	0,1	8	0,8	7	0,7
Espacio Físico	0,1	8	0,8	8	0,8
TOTAL	1	67	8,4	64	8,05

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: Carla Sambache

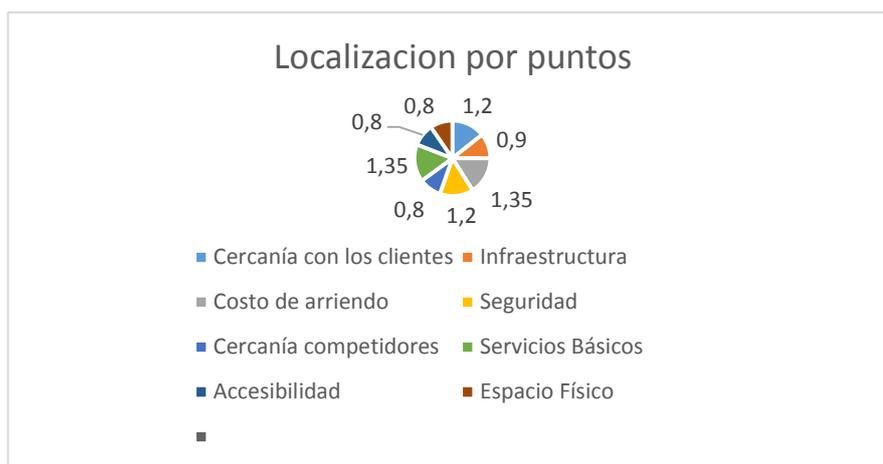


Figura 40: Factores Relevantes

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: Carla Sambache

De acuerdo a la ponderación de los factores anteriormente realizado, la zona idónea para la localización del proyecto será Machachi, ya que en esa zona existe una actividad comercial y económica alta, atractiva y de turismo que favorece a la implementación del proyecto. De igual forma los recursos económicos se encuentran disponibles por la mayoría de los personas que transitan en ese sector al mismo tiempo cuentan con servicios básicos, y de transporte.

4.03 Ingeniería del producto

“Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.” (Mejía, 2013)

4.03.01 Definición del Servicio

“Es el proceso de lograr que las cosas se realicen por medio de la planeación, organización, delegación de funciones, integración de personal, dirección y control de otras personas, creando y manteniendo un ambiente en el cual los trabajadores se puedan desempeñar eficientemente”. (Puchades Quiles, 2005)

El servicio que se va a presentar es un parque de diversión familiar el cual está centrado en brindar un momento de entretenimiento familiar a todo el sector y así tener un posicionamiento en el mercado ofreciendo los mejores juegos.

4.03.02 Distribución de la planta

“La distribución de la planta, es el espacio físico donde se reúnen personas, equipos, herramientas y materias primas para elaborar un producto determinado.”

(Baca U, 2010)

Para el proyecto, se trata de una labor de servicio y en consecuencia se debe asumir que el servicio necesita espacios para cada juego el cual debe ser bien ubicados.

Tabla 48: Distribución de la Planta

Distribución de la Planta	
Administración	(6mx8m)=48m ²
Pared de escalar	(8mx5m)=40m ²
Laberintos	(10mx5m)=50m ²
Resbaladeras Gigantes	(10mx5m)=50m ²
Área para menores de 5 años	(7mx4m)=28m ²
Piscina de Pelotas	(3mx4m)=12m ²
Atención al cliente	(2mx3m)=6m ²
casilleros 1	(6mx0,50m)=3m ²
Casilleros 2	(6mx0.50m)=3m ²
Baño	(5mx4m)=20m ²
Sala de espera	(6mx5m)=30m ²
Zona segura	(10mx5m)=50m ²

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carla Sambache

4.03.03 Matriz S.L.P

El método SLP no es más que la proyección de las cercanías de los departamentos que tiene un o con el otro y determinar cuál es su relación, cuan factible es que se encuentren juntos.

Tabla 49: Códigos de cercanía

Códigos de cercanía	Razones de cercanía
A=Absolutamente necesario	1= Por Procesos
E=Especialmente importante	2= Por Control
I=Importante	3= Por conveniencia
O=Ordinario-Normal	4= Por Higiene
U=Unimportant sin importancia	5= por Seguridad
X=Indeseable	
XX=Muy Indeseable	

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: Carla Sambache

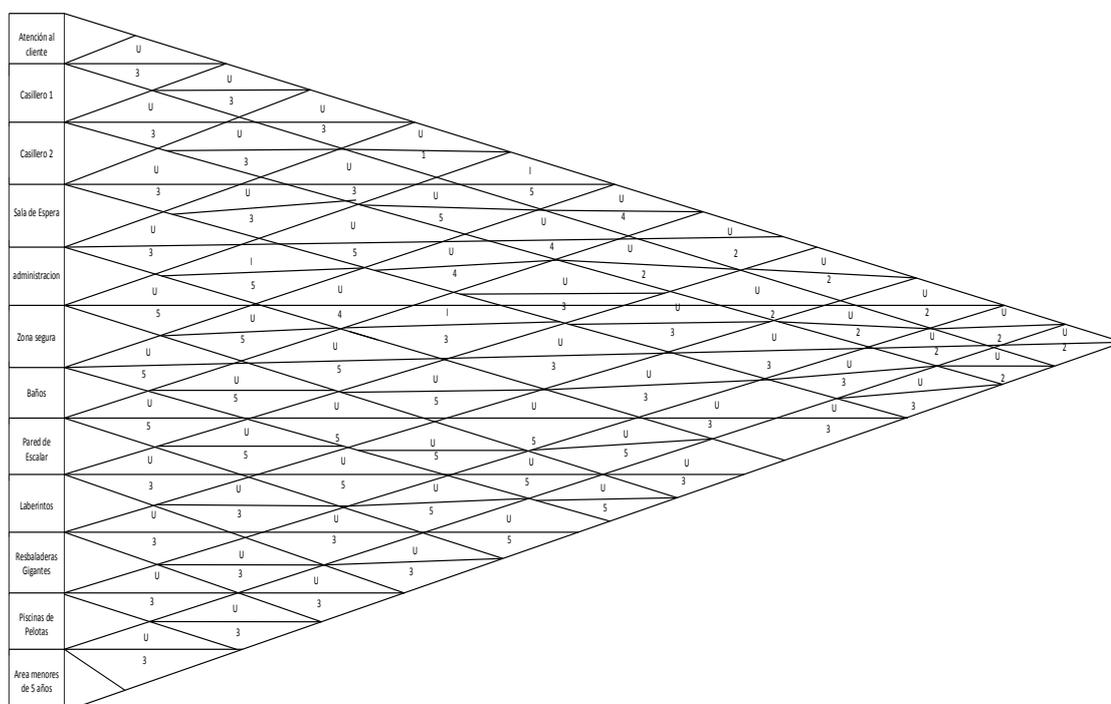


Figura 41: Grados de cercanía

Fuente: Estudio de Campo

La distribución de la planta la podemos visualizar a través del siguiente plano

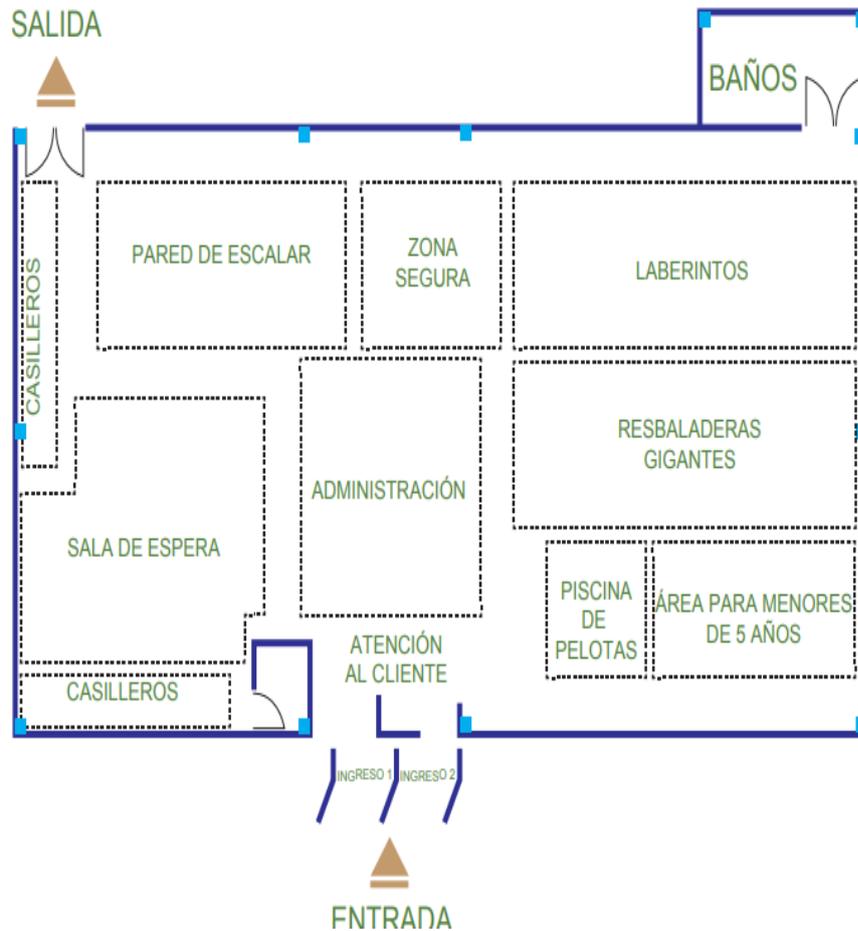


Figura 42: Plano del parque Aventura Park

Fuente: Adobe illustrator CC2014

Elaborado por: Carla Sambache

4.03.04 Proceso Productivo

“Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos.” (Alfaro, 2012, pág. 66)

Es en el cual se va a explicar los pasos que se necesita para el servicio.

Simbología ANSI

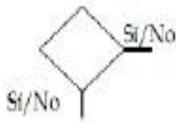
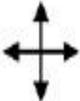
Símbolo	Significado	¿Para que se utiliza?
	Inicio / Fin	Indica el inicio y el final del diagrama de flujo.
	Operación / Actividad	Símbolo de proceso, representa la realización de una operación o actividad relativas a un procedimiento.
	Documento	Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Datos	Indica la salida y entrada de datos.
	Almacenamiento / Archivo	Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo.
	Decisión	Indica un punto dentro del flujo en que son posibles varios caminos alternativos.
Símbolo	Significado	¿Para que se utiliza?
	Líneas de flujo	Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.
	Conector	Conector dentro de página. Representa la continuidad del diagrama dentro de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.
	Conector de página	Representa la continuidad del diagrama en otra página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente en la que continua el diagrama de flujo.

Figura 43: Símbolos del Diagrama de Flujo

Fuente: Simbología ANSI

Elaborado por: Simbología ANSI

4.03.04.01 Descripción de Actividades

Pasos para la utilización del parque de diversión familiar aventura park

1. Abrimos el parque de diversión familiar
2. Registro del personal con su respectiva hoja de control
3. El personal se ubica en sus puestos de trabajo
4. Si llega un cliente la cajera cobra las entradas
5. Cajera procede a realizar las facturas
6. Se entrega la factura al cliente
7. El cliente guarda sus cosas en los casilleros
8. El cliente procede a utilizar las instalaciones con todos los juegos disponibles
9. Recoge sus cosas en los casilleros
10. Sale de las instalaciones

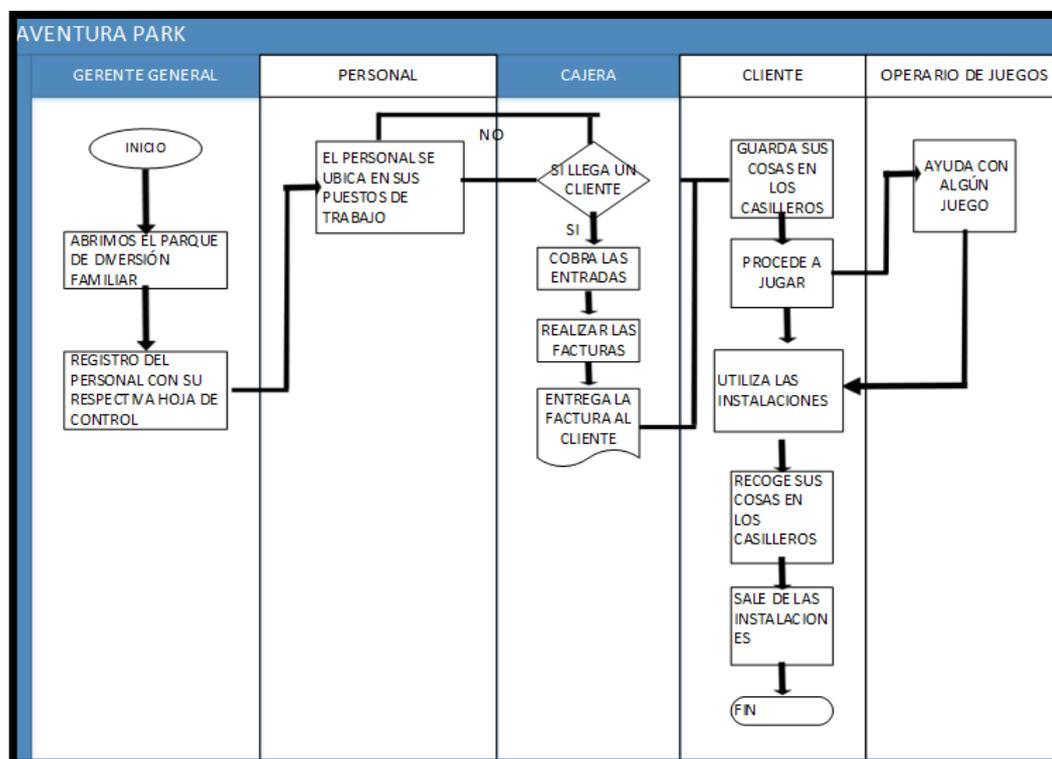


Figura 44: Diagrama de flujo funcional

Fuente: Carla Sambache

Elaborado por: Carla Sambache

4.03.5 Equipo Requerido

“Es un aparato creado para aprovechar, regular o dirigir la acción de una fuerza. Estos dispositivos pueden recibir cierta forma de energía y transformarla en otra para generar un determinado efecto”. (Campos M, 2009, pág. 54)

Son todos aquellos juegos que se van a utilizar dentro del proyecto.

Tabla 50: Equipo Requerido

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.TOTAL	PROVEEDOR
JUEGOS			
Pared de escalar	1	1200	PECKELANDIA
Laberintos	1	1800	MERCADO LIBRE
Resbaladeras Gigantes	2	1800	MERCADO LIBRE
Área para menores de 5 años	1	1500	PECKELANDIA
Piscina de Pelotas	1	350	MERCADO LIBRE
TOTAL		6650	

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: Carla Sambache

4.03.06 Equipos de Cómputo

“El equipo de cómputo se refiere a los mecanismos y al material de computación que está adjunto a él.” (Campos M, 2009, pág. 55)

Tabla 51: Equipos de cómputo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.TOTAL	PROVEEDOR
Computadora AMD	2	700	MERCADO LIBRE
Impresoras	1	269	MERCADO LIBRE
TOTAL		969	

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: Carla Sambache

4.03.07 Muebles de oficina

“Son objetos que sirven para facilitar los usos y actividades habituales en casas, oficinas y otro tipo de locales. Normalmente el término alude a los objetos que facilitan las actividades humanas”. (Campos M, 2009, pág. 56)

Tabla 52: Muebles de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.TOTAL	PROVEEDOR
Escritorio de trabajo con sillas	2	320	MUEBLINA
Tanden X 4 sala de espera	2	400	MUEBLINA
Silla giratoria	2	60	MUEBLINA
TOTAL		580	

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: Carla Sambache

4.03.08 Equipo de Oficina

“Puede decirse que se trata del conjunto de máquinas y dispositivo que se necesitan para llevar a cabo tareas propias de una oficina”. (Definicion, 2018)

Tabla 53: Equipos de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.TOTAL	PROVEEDOR
Teléfono	3	120	MERCADO LIBRE
TOTAL		120	

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: Carla Sambache

4.03.09 Suministros de Oficina

“Nos centramos en todos los objetos o útiles que los diferentes departamentos de la empresa necesitan para poder realizar sus funciones.” (Campos M, 2009, pág. 56)

Tabla 54: Suministros de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.TOTAL	PROVEEDOR
Esferos	1	6,00	DILIPA
Grapadora	2	4,60	DILIPA
TOTAL		10,60	

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: Carla Sambache

4.03.10 Suministros de limpieza

Es todo aquello que servirá para hacer el aseo de las instalaciones.

Tabla 55: Suministros de limpieza

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.TOTAL	PROVEEDOR
Guantes	1	3,00	Proveedor local
Pinoclin	2	4,60	
Escoba	3	3,50	
Cloro	5	6	
TOTAL		17,10	

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: Carla Sambache

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

El estudio técnico, administrativo, leal y ambiental proporcionan los egresos en forma de inversiones, costos y gastos. Los ingresos versus egresos sirven como base para los estados financieros cuyo conjunto dará el flujo neto de caja, este es el objetivo del estudio económico el cual permitirá conocer can rentable es su oportunidad de negocio. (Fernandez, 2009, pág. 89)

5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales

5.01.01 Ingresos Operacionales

Argumenta Vázquez (2005). “Los ingresos operacionales, o ingresos de operación, son aquellos que están directamente asociados a la razón de ser del negocio. Se originan por el objeto social para el que fue creada la empresa.” (pág. 111).

Los ingresos de un proyecto están generados por la prestación de servicio que se va a realizar así se puede obtener una rentabilidad.

Tabla 56: Ingresos Anuales

DESCRIPCIÓN	SERVICIO
Servicios Anuales	11.824
Precio	4,5
Total ingresos anuales	53.208,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

El Parque de Diversión Familiar Aventura Park tendrá sus ingresos anuales de \$ 53.208, para llegar a este resultado se realizó ya que en el sector no existe

ningún tipo de estos parques, dando así como resultado tener una rentabilidad para el parque ya que sus ingresos adquiridos por el servicio de juegos han dado buenos resultados.

5.02 Gastos

5.02.01 Gastos Administrativos

“Los gastos administrativos son los gastos en los que incurre una empresa que no están directamente vinculados a una función elemental como la fabricación, la producción o las ventas”. (Baca U, 2010, pág. 98)

Todos aquellos gastos que incurren directamente para la fabricación del servicio o prestación del mismo.

Tabla 57: Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Sueldo Personal Administración	2	1.658,00	1.233,68	14.804,11
sueldo personal operativo	2	772,00	1.083,22	12.998,63
Suministros de Oficina	1	40,00	40,00	480,00
Suministros de Limpieza	2	5,00	10,00	120,00
Agua Potable	1	20,00	20,00	240,00
Luz Eléctrica	1	20,00	20,00	240,00
Teléfono	1	10,00	10,00	120,00
Internet	1	10,00	10,00	120,00
TOTAL			2.426,90	29.122,74

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

Los gastos administrativos han dado como resultado de \$ 29.122,74 un gasto anual incluido los servicios básicos, el sueldo del personal administrativo y operativo, se los ha ubicado dentro de los gastos administrativos ya que son los

encargados de manejar lo financiero de la empresa tomado en cuenta el crecimiento de la misma.

5.02.02 Gasto de Venta

“El gasto o el costo de producir de todos los artículos vendidos durante un período contable. Cada unidad vendida tiene un costo de ventas o costo de los bienes vendidos”. (Baca U, 2010, pág. 78)

Todos aquellos gastos efectuados para la comercialización del producto o servicio.

Tabla 58: Gastos de Venta

GASTOS DE VENTAS				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Publicidad Rotulo	1	150,00	150,00	150,00
Publicidad tarjetas	100	0,80	80,00	240,00
TOTAL	101	150,80	230,00	390,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

Los gastos de ventas se han tomado todo lo que se necesitara para la publicidad durante un año y ubicarlo dentro del presupuesto ya que será útil para dar a conocer el parque de diversión familiar.

5.02.03 Gastos Financieros

“Los gastos financieros solo aplican cuando se ha recibido un dinero de un tercero para financiar tu negocio”. (Himmelblau D, 2009, pág. 45)

Tabla 59: Gastos Financiera

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Inversión	:	100%	47.662,84	
Cap. Propio	:	65%	31.012,84	
Financiamiento	:	35%	16.650,00	
Plazo	:	24		MESES
Interés	:	15%		0,63%
Pagos	:			MENSUAL

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

5.02.04 Costos Fijos

“Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos”. (Algarraga, 2010, pág. 107)

Tabla 60: Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Sueldo Personal Administración	2	1.658,00	1.233,68	14.804,11
sueldo personal operativo	2	772,00	1.083,22	12.998,63
Suministros de Oficina	1	40,00	40,00	480,00
Suministros de Limpieza	2	5,00	10,00	120,00
Agua Potable	1	20,00	20,00	240,00
Luz Eléctrica	1	20,00	20,00	240,00
Teléfono	1	10,00	10,00	120,00
Internet	1	10,00	10,00	120,00
TOTAL			2.426,90	29.122,74

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

Tabla 61: Gastos de Venta
GASTOS DE VENTAS

Descripción	Cantidad	Valor	TOTAL	TOTAL
		Unitario	MENSUAL	ANUAL
Publicidad Rotulo	1	150,00	150,00	150,00
Publicidad tarjetas	100	0,80	80,00	240,00
TOTAL	101	150,80	230,00	390,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

Los costos fijos son aquellos gastos que son permanentes y son tomados del capital de trabajo, siendo de total importancia para observar cuales son los gastos permanentes y los que pueden variar.

5.03 Inversiones

“Las inversiones consisten en un proceso por el cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de expectativas de obtener unos beneficios también líquidos, a lo largo de un plazo de tiempo, denominado vida útil, u horizonte temporal del proyecto”. (Martos, 2014, pág. 12)

5.03.01 Inversión Fija

“Son aquellos recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización de los proyectos, las Inversiones Fijas tienen una vida útil mayor a un año y se deprecian”. (Paspuel, 2012, pág. 89)

Tabla 62: Inversión Fija
INVERSIÓN FIJA

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria	-6.650,00					3.325,00
Muebles y Enseres	-1.282,00					641,00
Infraestructura	-10.000,00					7.500,00
Terreno	-20.000,00					20.000,00
Equipos de Oficina	-120,00					60,00
Equipos de Computación	-969,00			-969,00		-646,00
TOTAL	-39.021,00			-969,00		30.880,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

En la tabla de inversión fija se encuentra un valor de \$30880 este valor nos va al final del 5 año de los recursos tangibles e intangibles.

5.03.02 Activos Fijos

Son recursos a favor de la entidad, representados por todos aquellos bienes y derechos adquiridos con el propósito de utilizarlos, para la realización de sus operaciones; es decir se mantienen en la empresa con el propósito de ser usados y no como objeto de su comercialización, estos activos tienen cierta permanencia en la empresa y solo se enajenan cuando dejan de ser útiles. (Pánchez, 2010, pág. 78)

Tabla 63: Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y herramientas	6650
Equipo de Computación	969
Equipo de Oficina	120
Edificio	10000
Terreno	20000
Muebles y Enceres	1282
TOTAL	39021

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

Los activos fijos son de \$39.021 esto quiere decir que es una cantidad aprobada para iniciar la implementación del parque de diversión familiar, contando maquinarias y equipos de buena calidad para prestar un buen servicio

5.03.03 Activos Nominales

“Corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto”. (Ramírez, 2013, pág. 79)

Tabla 64: Activos Nominales

Activos Diferidos		
Gasto de Constitución	250	250
Estudio de Factibilidad	350	350
TOTAL	600	600

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

Los activos nominales son de \$ 600 que servirá para el funcionamiento del parque de diversión familiar.

5.03.04 Capital de trabajo

“Es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo”. (Himmelblau D, 2009, pág. 78)

Tabla 65: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO

Descripción	1 Mes	1 Mes	1 Mes	TOTAL
Gastos de Administración	2.421,90	2.421,90	2.421,90	7.265,69
Gastos de Ventas	230,00	230,00	230,00	690,00
Gastos Financieros	104,06	100,03	95,97	300,07
TOTAL	2.755,96	2.751,93	2.747,87	8.255,75

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

En el capital de trabajo están los recursos necesarios para que la empresa durante 3 meses, con \$ 8.255,75 en total esto servirá para poner en marcha la implementación de la misma.

5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Según Ketelhohn (2004)“Los principales instrumentos de financiamiento de largo plazo son: los préstamos, los bonos, las acciones preferenciales, las acciones comunes, los arrendamientos financieros y los valores convertibles.” (pág. 95).

Tabla 66: Fuentes de Financiamiento
CUADRO DE INVERSIONES

Concepto	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
Inversiones en Activos Fijos			
Maquinaria y herramientas	6.650,00		6.650,00
Equipo de Computación	969,00	969,00	
Equipo de Oficina	120,00	120,00	
Edificio	10.000,00		10.000,00
Terreno	20.000,00	20.000,00	
Muebles y Enceres	1.282,00	1.282,00	
Total de Activos Fijos	39.021,00	22.371,00	16.650,00
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	250,00	250,00	
Estudio de Factibilidad	350,00	350,00	
Total de Activos Diferidos	600,00	600,00	0,00
Capital de trabajo			
Gastos de Administración	7.265,69	7.265,69	
Gastos de Ventas	690,00	690,00	
Gastos Financieros	86,15	86,15	
Total capital de trabajo	8.041,84	8.041,84	0,00
TOTAL DE INVERSIÓN	47.662,84	31.012,84	16.650,00
PARTICIPACIÓN	100%	65%	35%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

La fuente de financiamiento y usos nos ayuda a identificar los recursos propios \$31.012,84 y el dinero que será financiero por una entidad financiera es de \$ 16.650

5.03.06 Amortización de financiamiento

Según Valbuena (2000). “Las tablas de amortización son cuadros que nos permiten conocer los elementos que integran el pago de una anualidad, al igual que en las anualidades, se utilizan estas para pago de deudas mediante las tablas de amortización de deudas; y las tablas para la constitución de un fondo fijo”. (pág. 100).

Tabla 67: Amortización de Financiamiento
TABLA DE AMORTIZACIÓN

Inversión	:	100%	47.662,84	
Cap. Propio	:	65%	31.012,84	
Financiamiento	:	35%	16.650,00	
Plazo	:		24	MESES
Interés	:		15%	0,63%
Pagos	:			MENSUAL

Periodo	Saldo	Interés	Cuota	Capital	Saldo
			Fija		Insoluto
0	16.650,00	0,00	0,00	0,00	16.650,00
1	16.650,00	104,06	749,24	645,18	16.004,82
2	16.004,82	100,03	749,24	649,21	15.355,61
3	15.355,61	95,97	749,24	653,27	14.702,34
4	14.702,34	91,89	749,24	657,35	14.044,98
5	14.044,98	87,78	749,24	661,46	13.383,52
6	13.383,52	83,65	749,24	665,60	12.717,92
7	12.717,92	79,49	749,24	669,76	12.048,17
8	12.048,17	75,30	749,24	673,94	11.374,23
9	11.374,23	71,09	749,24	678,15	10.696,07
10	10.696,07	66,85	749,24	682,39	10.013,68
11	10.013,68	62,59	749,24	686,66	9.327,02
12	9.327,02	58,29	749,24	690,95	8.636,07
13	8.636,07	53,98	749,24	695,27	7.940,80
14	7.940,80	49,63	749,24	699,61	7.241,19
15	7.241,19	45,26	749,24	703,99	6.537,20
16	6.537,20	40,86	749,24	708,39	5.828,82
17	5.828,82	36,43	749,24	712,81	5.116,01
18	5.116,01	31,98	749,24	717,27	4.398,74
19	4.398,74	27,49	749,24	721,75	3.676,99
20	3.676,99	22,98	749,24	726,26	2.950,72
21	2.950,72	18,44	749,24	730,80	2.219,92
22	2.219,92	13,87	749,24	735,37	1.484,55
23	1.484,55	9,28	749,24	739,96	744,59
24	744,59	4,65	749,24	744,59	0,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

Mediante la tabla de amortización podemos conocer cuál será el valor a pagar del financiamiento del préstamo a la entidad financiera.

5.03.07 Depreciaciones

Argumenta Coss Bu (2005). “Con excepción de los terrenos, la mayoría de los activos fijos tienen una vida limitada, es decir, ellos serán de utilidad para la empresa por un número de limitado de periodos contables futuros.” (pág. 91).

Tabla 68: Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Dep. Ac.	V . Res.
Maquinaria y Herramienta	6.650,00	10	665,00	665,00	665,00	665,00	665,00	3.325,00	3.325,00
Muebles y Enseres	1.282,00	10	128,20	128,20	128,20	128,20	128,20	641,00	641,00
Equipos de Oficina	120,00	10	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	60,00	60,00
Equipos de Computación	969,00	3	323,00	323,00	323,00	0,00	0,00	969,00	0,00
Edificio	10.000,00	20	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
TOTAL	9.021,00		1.128,20	1.128,20	1.128,20	805,20	805,20		4.526,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

La tabla de depreciaciones nos ayuda a ver en qué año nuestra maquinaria y equipos se van a depreciar y en qué año se puede realizar una reinversión.

5.03.08 Estado de situación inicial

El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto. (Himmelblau D, 2009, pág. 68)

Tabla 69: Estado de Situación Inicial
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL

ACTIVOS	
Activo Corriente	8.041,84
Bancos	8.041,84
Activo no Corriente	39.621,00
Maquinaria y herramientas	6.650,00
Equipo de Computación	969,00
Equipo de Oficina	120,00
Edificio	10.000,00
Terreno	20.000,00
Muebles y Enceres	1.282,00
Gasto de Constitución	250,00
Estudio de Factibilidad	350,00
TOTAL ACTIVOS	47.662,84
PASIVOS	
Pasivos no Corrientes	16.650,00
Préstamo Bancario por pagar	16.650,00
PATRIMONIO	31.012,84
Capital	31.012,84
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	47.662,84

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

En el estado de situación financiera se puede visualizar que nuestros activos y los pasivos y patrimonios tenemos un valor de \$ 47662.84 el cual esto ayuda a nuestro parque de diversión familiar tenga una buena situación financiera.

5.03.09 Estado de resultados proyectados

“Es uno de los estados financieros básico, el cual muestra la utilidad o pérdida obtenida en un período determinado por actividades ordinarias y extraordinarias.” (Martin, 2012, pág. 34)

Tabla 70: Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	53.208,00	54.038,04	54.881,04	55.737,18	56.606,68
(-) Gastos Operacionales	30.489,73	30.831,22	31.176,53	31.525,70	31.878,79
Gastos Administrativos	29.122,74	29.448,92	29.778,74	30.112,27	30.449,52
Gastos de Ventas	390,00	394,37	398,78	403,25	407,77
Gastos Financieras	976,99	987,93	999,00	1.010,19	1.021,50
(=) Utilidad Operacional	22.718,27	23.206,83	23.704,51	24.211,48	24.727,89
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.	22.718,27	23.206,83	23.704,51	24.211,48	24.727,89
(-) 15 % Participacion Laboral	3.407,74	3.481,02	3.555,68	3.631,72	3.709,18
(=) Utilidad Antes de I.R.	19.310,53	19.725,80	20.148,84	20.579,76	21.018,71
(-) Impuesto a la Renta PNOC	0,00	677,26	684,85	692,52	700,28
(=) Utilidad Neta	19.310,53	19.048,54	19.463,99	19.887,24	20.318,43
(+) Depreciaciones	1.128,20	1.128,20	1.128,20	805,20	805,20
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) EXCEDENTE OPERACIONAL	20.438,73	20.176,74	20.592,19	20.692,44	21.123,63

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

El estado de resultados muestra que durante la vida útil del proyecto tenemos una utilidad rentable lo cual esto ayuda a que el parque de diversión familiar siga en marcha.

Tabla 71: Declaración de Impuesto a la Renta

Año 2018 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
0	11.270	0	0%
11.270	14.360	0	5%
14.360	17.950	155	10%
17.950	21.550	514	12%
21.550	43.100	946	15%
43.100	64.630	4.178	20%
64.630	86.180	8.484	25%
86.180	114.890	13.872	30%
114.890	En adelante	22485	35%

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Carla Sambache

5.03.10 Flujo de caja

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El flujo de caja se analiza a través del Estado de Flujo de Caja. (Himmelblau D, 2009, pág. 45)

Tabla 72: Flujo de Caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-47.662,84					8.255,75
Excedente Operacional		20.438,73	20.176,74	20.592,19	20.692,44	21.123,63
FLUJOS DE EFECTIVO	-47.662,84	20.438,73	20.176,74	20.592,19	20.692,44	29.379,38

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

El flujo de caja es aquel que nos permite visualizar la entrada y salida de dinero durante los 5 años tenemos una buena liquidez.

5.04 Evaluación Financiera

“La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto”. (Meza, 2009, pág. 56)

5.04.01 Tasa de descuento

“La tasa de descuento o tipo de descuento o costo de capital es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro”.

(Himmelblau D, 2009, pág. 76)

Tabla 73: Tasa de Descuento

TMAR o Tasa de Descuento		
Tasa Activa	8,54	%
(+) Tasa Pasiva	5,54	%
TMAR =	0,1455	
TMAR =	14,55%	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

La tasa de descuento ayudará a ver a qué porcentaje se tendrá que cancelar un pago a futuro que se haya hecho en el presente lo cual su tasa se encuentra en un 14,55% con un valor referencial de la tasa activa y tasa pasiva.

5.04.02 VAN (Valor Actual Neto)

Según Inmaculada (2006)“El VAN mide la rentabilidad absoluta neta de un proyecto, lo que está en línea con la definición de valor de la empresa en términos absolutos.” (pág. 7).

Tabla 74: Valor Actual Neto

VAN VALOR ACTUAL NETO											
VAN=	- P	+	FNE 1 (1 + i)^1	+	FNE 2 (1 + i)^2	+	FNE 3 (1 + i)^3	+	FNE 4 (1 + i)^4	+	FNE 5 (1 + i)^5
VAN=	-47.662,84	+	20.438,73 1,14553116	+	20.176,74 1,312241639	+	20.592,19 1,503213686	+	20.692,44 1,721978118	+	29.379,38 1,972579591
VAN=	-47.662,84	+	17.842,14	+	15.375,78	+	13.698,78	+	12.016,67	+	14.893,89
VAN=	-47.662,84	+	73.827,26								
VAN=	26.164,42										

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Carla Sambache*

El VAN es un indicador que permite calcular el valor presente de un determinado flujo a futuro el cual tenemos como resultado 26.164,42.

5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno)

“Es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir".” (Himmelblau D, 2009, pág. 78)

Tabla 75: Tasa Interna de Retorno

$$\text{TIR} = -47662,8352 + 20438,2616 + 19952,4 + 20080,7008 + 19884,4148 + 28265,1899$$

$$\text{TIR} = 34,66\%$$

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

En la TIR se puede observar que con los flujos de caja ya elaborados se adquiere aquella oportunidad para reinvertir en la cual vamos a tener un retorno de 34,66%.

5.04.04 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

“Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión”. (Hernández C, 2012, pág. 52)

Tabla 76: Periodo de Recuperación de la Inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN			
PRI=	$\frac{100\%}{\text{TIR}}$	$\frac{100\%}{34,66\%}$	2,88
			11,52
			15,6
			2 AÑOS
			11 MESES
			15 DÍAS

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

El periodo de recuperación de la inversión total se hará en 2 años 11 meses y 15 días en el cual se recuperará lo invertido.

5.04.05 RBC (Relación costo beneficio)

“La relación Beneficio/Costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos

(egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable”. (Azanza, 2011, pág. 69)

Tabla 77: Relación Costo Beneficio

	\$	\$	\$	\$	\$
INGRESOS TOTALES	53.208,00	54.038,04	54.881,04	55.737,18	56.606,68
	\$	\$	\$	\$	\$
GASTOS TOTALES	30.489,73	30.831,22	31.176,53	31.525,70	31.878,79
INGRESOS ACTUALIZADOS	\$185.216,21				
COSTOS ACTUALIZADOS	\$105.327,92				
RBC	1,76				

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

La relación costo beneficio es aquella que por cada dólar invertido se obtiene como ganancia \$ 0,76 ctvs. Lo cual para iniciar la el proyecto es buena la rentabilidad.

5.04.06 Punto de Equilibrio

“El punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida”. (Pastrano, 2013, pág. 63)

Tabla 78: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
P.E. =	$\frac{CF}{p - Cvu}$
Costos Fijos:	
Gastos Administrativos	29.122,74
Gastos de Ventas	390,00
Gasto Financiero	22.718,27
TOTAL COSTO FIJO	52.231,01

Precio de Venta unitario **4,50**

Costo Variable Unitario 0,00

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu} = \frac{52.231,01}{4,50} = \mathbf{11.607 \text{ SERVICIOS}}$$

$$P.E. = 11.607 \times 4,50 = \mathbf{52.231,01 \text{ VENTAS}}$$

ESTADO DE RESULTADOS

VENTAS	52.231,01
Costo Variable	-
Margen de Contribución	52.231,01
Costos Fijos	52.231,01
Utilidad / Pérdida	-

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

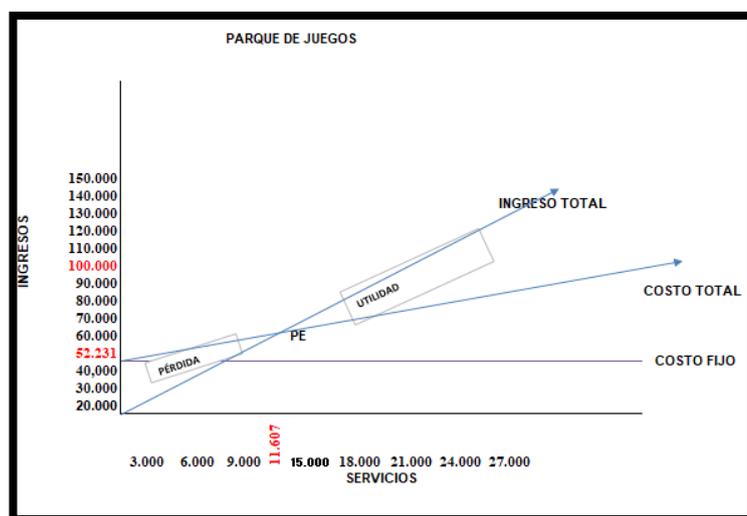


Figura 45: Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

El punto de equilibrio nos da como resultado una obtención de ganancia lo cual esto es bueno para que el parque de diversión familiar no haya perdido y siga en marcha.

5.04.07 Análisis de índices financieros

Según Barajas (2008). “Muestra la participación de los recursos externos con relación a los aportes de los socios en la financiación de los activos de la compañía.

CONTRIBUIR AL SECTOR RECREATIVO A TRAVÉS DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PARQUE DE DIVERSIÓN FAMILIAR, UBICADA EN EL SECTOR CENTRO DE MACHACHI, EN EL PERIODO 2017-2018.

El grado de endeudamiento de una compañía indica su capacidad para acceder a nuevos créditos y para cumplir con sus obligaciones a corto plazo y largo plazo”. (pág. 86).

5.04.07.01 ROE

“Este ratio mide el rendimiento que obtienen los accionistas de los fondos invertidos en la sociedad; es decir, el ROE trata de medir la capacidad que tiene la empresa de remunerar a sus accionistas.” (Lorenzana, 2014, pág. 34)

Tabla 79: ROE

RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO

$$\mathbf{R.O.E} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\mathbf{R.O.E} = \frac{19.310,06}{31.012,84}$$

$$\mathbf{R.O.E} = 62\%$$

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Carla Sambache

Según lo que se muestra en la tabla anterior al determinar el ROE se refleja que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia del 0,62 o 62% lo que significa que si está bien el parque de diversión familiar debido a que no existe mayor inversiones de terceras personas sino que el capital propio es mayor.

5.04.07.02 ROA

“Consiste en la relación entre el beneficio obtenido en un determinado período y los activos globales de una empresa. El ROA permite medir la capacidad de los activos que tiene una empresa para generar renta por ellos mismos.”

(Lorenzana, 2014, pág. 35)

Tabla 80: ROA

RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{19.310,06}{39.021,00}$$

$$\text{R.O.A} = 49\%$$

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Carla Sambache

Según lo que se muestra en la tabla anterior al determinar el ROA nos refleja que la rentabilidad de los activos es mediana y que no se debe exceder sobre ella para una cobertura de algún financiamiento es decir que por el 100% de la inversión se obtiene una rentabilidad de 49%.

5.04.07.03 ROI

“Sirve para analizar el retorno en cualquier inversión de negocios. Un cálculo útil para saber hasta qué punto un negocio puede ser mejor que otro”. (Gómez, 2013, pág. 60)

Tabla 81: ROI**RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN**

$$\mathbf{R.O.I} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{INVERSIÓN}}$$

$$\mathbf{R.O.I} = \frac{19.310,06}{47.662,84}$$

$$\mathbf{R.O.I} = 41\%$$

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Carla Sambache*

Según lo que se muestra en la tabla anterior al determinar el ROI nos refleja los ingresos que se están generando en el parque de diversión familiar no son buenos debido que por cada dólar invertido se genera un 41% a favor del parque de diversión familiar.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de impactos

“Un análisis de impacto en el negocio es una parte clave del proceso de continuidad del negocio, que analiza funciones de negocio de misión crítica, e identifica y cuantifica el impacto”. (Kirvan, 2013, pág. 88)

Los impactos determinan todos los aspectos que se producen por una determinada acción en la aplicación del proyecto.

Los impactos determinan todos los aspectos que se producen por una determinada acción en la aplicación del proyecto.

6.01 Impacto Ambiental

López V (2013) Afirma que

“El Impacto Ambiental es un cambio o una alteración en el medio ambiente, siendo una causa o un efecto debido a la actividad y a la intervención humana. “Es un requisito legal requerido para la presentación de cualquier proyecto e incluso para la posibilidad de la apertura de cualquier negocio”.(Pag. 9,10)

Hoy en día el cuidado del medio ambiente es un punto muy importante, por lo cual se debe contribuir al cuidado del mismo, el proyecto tendrá residuos de los elementos de limpieza asumiendo una responsabilidad social como clasificar la basura en papel y botellas.

Uno de los efectos más positivos que tiene el proyecto es minimizar los impactos negativos contra el medio ambiente como es de manera responsable la utilización de los servicios básicos como es el agua y la luz.

También ayudara con el reciclaje de la basura en una forma ordenada cumpliendo con los días de recolección de la basura.

El parque de diversión familiar Aventura Park, puede solucionar este impacto ya que contara con un servicio de juegos en perfecto estado, las mismas que tendrán una adecuada utilización y de esta manera reducirá en su totalidad ya que el proyecto en sí no genera contaminación ambiental.

6.02 Impacto Económico

Navarro A (2012) Establece que

El Impacto Económico nos sirve para medir los beneficios de inversiones, a la vez se utilizarán indicadores como la variación en las curvas de producción, los conflictos con los sectores económicos activos, los índices de rentabilidad financiera, el análisis de sensibilidad y los cambios previstos en los indicadores económicos y productivos (pag,2).

El parque de diversión familiar aporta a la economía del sector lo que contribuye al desarrollo de la matriz productiva ya que es un nuevo proyecto en marcha el cual se beneficiara con el pago del IVA y el IESS el cual los dos partes son fundamentales para el parque de diversión familiar.

Al realizar la inversión dentro del país se aportara a la economía con los movimientos que se realizara y se está contribuyendo con el pago de los impuestos.

Los sueldos que se pagaran al personal que laborar dentro del Parque de diversión familiar Aventura Park serán los justos y permitidos por la ley incluyendo el reparto de utilidades si fuera el caso.

Las adecuaciones de las instalaciones necesitará de personal para realizar trabajos de construcción del cerramiento, ya que en un porcentaje mínimo Aventura Park contribuirá a aumentar el PEA(Población Económicamente Activa).

Aventura Park, al prestar el servicio de su parque de diversión dará como resultado el desarrollo económico de este sector, creara nuevas fuentes de empleo en diferentes áreas de trabajo, lo cual ayudara a profesionales y personas que se encuentren buscando empleo y por la falta del mismo no lo han logrado conseguir integrarse a una empresa en donde tengan una estabilidad laboral.

La rentabilidad accedera que la empresa se convierta en un negocio en marcha, cuyos recursos económicos serán invertidos en nuevas formas de mejoramiento en el servicio, la realidad es evidente de preocuparse por satisfacer la necesidades de los clientes de los clientes ya que a medida pasa el tiempo se vuelven más exigentes y crece la competitividad brindando servicios similares.

6.03 Impacto Social

Navarro A (2013) Afirma que

El Impacto Social se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones del proyecto, se orienta hacia la satisfacción de las necesidades prioritarias de las personas de la región,” Promoviendo el incremento de fomentar trabajo con respeto a sus diferencias culturales, de forma que les permita alcanzar un mayor grado de participación en la toma de decisiones en sus respectivas áreas.(pág.4)

El parque de diversión familiar Aventura Park, tendrá un impacto social positivo al implementarse, fomentara fuentes de empleo a las personas del sector y a su vez permitirá que los hogares de los empleados tengan un ingreso fijo que ayude a cubrir las necesidades para encaminarse a un buen vivir con la disminución del índice de desempleo.

El impacto social que genera el servicio permitirá que todas las personas puedan adquirir el servicio ya que mediante las encuestas se determinó el precio adecuado que permitirá la accesibilidad al servicio en la cual todas las personas podrán disfrutar.

El parque de diversión familiar Aventura Park ayudará a la comunidad con donaciones en pequeños porcentajes a la fundación que se encuentra en el sector así también con pequeños momentos de distracción para sus niños sin costo alguno.

6.04 Impacto Productivo

(IICA & CEPPI, 2007, pág. 118) “El impacto de todo sistema productivo depende las características de manejo de sus respectivos componentes.”

Se pondrá a disposición de las personas vario juegos de su preferencia que puedan disfrutar, en diferentes tamaños y su costo es accesible.

Mediante el análisis de impacto productivo el parque de diversión familiar aportara a la matriz productiva ya que es un servicio innovador de manera directa también se generara empleo a personas del sector siempre y cuando cumplan con el perfil profesional que se requiere.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

Después de haber realizado la investigación para establecer la factibilidad en su implementación de un parque de diversión familiar, se ha conseguido establecer las siguientes conclusiones y recomendaciones para el proyecto.

7.01 Conclusiones

- A través del estudio de análisis situacional se ha determinado oportunidades y amenazas que se debe tener en cuenta para el desarrollo del parque de diversión familiar como una de ella es sus clientes y competidores, el proyecto fue beneficiado ya que en el sector de Machachi no existe ningún tipo de estos parques lo cual ha favorecido para la implementación de la misma.
- En el estudio de mercado se demuestra que existe una aceptación del servicio ya que en la encuesta nos da un resultado de un 65% de acogida en su implementación de un parque de juegos demostrando una oportunidad de negocio.

- En el estudio técnico se determina la localización óptima para su implementación en el sector de Machachi, con una capacidad instalada de 33m x 20m visualizando la proyección de los juegos a utilizar.
- El estudio financiero se determinó un VAN positivo siendo de \$ 26.164,42 lo que refleja que el proyecto es factible. Se obtuvo una TIR de 34,66% que representa la rentabilidad que será ganada sobre la inversión y una TMAR DE 14,55%.
- El parque de diversión familiar Aventura Park, a implementarse es muy importante ya que por medio de las encuestas realizadas en el sector no hay ningún lugar que brinde el servicio de juegos pertenecientes por el motivo será factible si implementación, en ello busca satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes, de la misma manera los juegos tendrán una seguridad total.

7.02 Recomendaciones

- Se recomienda que al incursionar en cualquier proyecto es necesario tomar en cuenta la realidad del país ya que es un factor muy relevante que puede afectar al proyecto, con nuevas leyes gubernamentales como: impuestos, normas y reglas que pueden cambiar en aspectos favorables o perjudiciales al mismo.
- Se recomienda brindar cualquier tipo de servicio es necesario tomar planes de contingencia, tratando de evitar accidentes en el parque de diversión familiar,

y un mejor manejo en los residuos procurando evitar contaminación ambiental.

- Se recomienda un buen ambiente laboral acogedor y de buen trato al personal que ayudara a un rendimiento máximo del trabajador y con un compromiso hacia la empresa.
- Se recomienda hacer uso de los principios y valores que posee el parque de diversión familiar, como también que exista una atención al cliente excelente y no exista ningún tipo de inconvenientes por parte de los empleados.
- Se recomienda que el proyecto se implemente ya que por medio de el muchos niños, jóvenes y adultos tendrán un lugar donde puedan divertirse sanamente y genere más ingresos dentro del mismo sector.
- Se recomienda analizar diferentes opciones de financiamiento en las distintas entidades financieras con el objetivo de adquirir un préstamo bancario con una tasa de interés no muy alta.

ANEXOS



Anexo 1: Resbaladeras Gigantes
Fuente: Mercado libre
Elaborado por: Carla Sambache



Anexo 2: Laberintos
Fuente: Mercado libre
Elaborado por: Carla Sambache



Anexo 3: Pelotas
Fuente: Mercado libre
Elaborado por: Carla Sambache



Pelotas Plásticas Piscina Para Niños

U\$S 199

3 vendidos - Pichincha (Quito)

Anexo 4: Piscina de Pelotas
Fuente: Mercado libre
Elaborado por: Carla Sambache

PK041		10,00 x 11,00 x 5,30
-------	---	----------------------



1500

06 2953 806
09 8905 5452

Calle: Víctor Gomez Jurado y Abelardo Morán Muñoz. Frente a los Ceviches de la Rumiñahui.

info@peckelandia.com www.peckelandia.com

Anexo 5: Juego área niños
Fuente: Peckelandia
Elaborado por: Carla Sambache



Anexo 6: Pared de escalar
Fuente: Mercado libre
Elaborado por: Carla Sambache



Anexo 7: Computadora

Fuente: Mercado libre

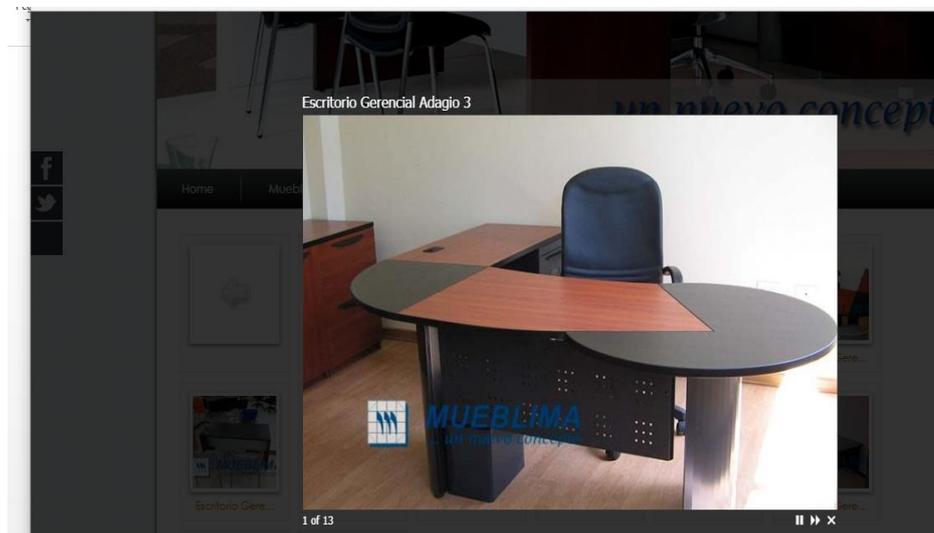
Elaborado por: Carla Sambache



Anexo 8: Impresora de recibos

Fuente: Mercado libre

Elaborado por: Carla Sambache



Anexo 9: Escritorio

Fuente: Mueblima

Elaborado por: Carla Sambache



Anexo 10: Tanden

Fuente: Mueblima

Elaborado por: Carla Sambache



Anexo 11: Teléfono

Fuente: Mercado libre

Elaborado por: Carla Sambache



Bellavista de Carretas, calle E7 N74-176, N75 sector Terminal Terrestre Norte. final Av. Eloy Alfaro

fnoboa@mueblima.com.ec

RUC 1791301080001

Telefono(02) 3460-141

PROFORMA

DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ESCRITORIO DE TRABAJO	2	160	320
TANDEN X 4	2	200	400
SILLA GIRATORIA	2	30	60
SUBTOTAL			580
IVA 12%			69,60
TOTAL			649,60

Anexo 12: Proforma de Mueblima

Fuente: Mueblima

Elaborado por: Carla Sambache



PROFORMA

Víctor Gomez Jurado, Ibarra

Teléfono: (06) 263-0717

RUC 1091724894001

DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PARED DE ESCALAR	1	1200	1200
JUEGO PARA NIÑOS	1	1500	1500
RESBALADERA GIGANTES	2	900	1800
LABERINTOS	1	1800	1800
SUBTOTAL			6300
IVA 12%			756
TOTAL			7.056

Anexo 13: Proforma de Peckelandia

Fuente: Peckelandia

Elaborado por: Carla Sambache

BIBLIOGRAFÍA

- ACE. (2 de 2 de 2018). Obtenido de <http://aceproject.org/aces/topics/et/eta/eta02/eta02>
- Alfaro, Y. (20 de Octubre de 2012). *El entorno externo de una empresa*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/yakrina22/el-entorno-externo-de-una-empresa>
- Algarraga. (2010).
- Alvarado V; Obagi A. (2005). *Fundamentos de Inferencia estadística*. Barcelona: ISBN.
- Amador, J. P. (2003). Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1264/1/T-UTC-1307.pdf>
- Andrade, C. (agosto de 2012). *club planeta*. Obtenido de http://www.trabajo.com.mx/mision_de_una_empresa.htm
- Armstrong, W. (2001). *Propuesta Estrategia Proyectos*. Guayaquil: Edicion2.
- Azanza. (2011).
- Baca U. (2010). *Estudio Tecnico*. Obtenido de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf
- Balestrini. (25 de Noviembre de 2006). Obtenido de http://msctecnologiaeducativa3.blogspot.com/p/poblacion-y-muestra_19.html
- Beker, V. A. (2001). *Economía y principios y aplicaciones*. Mexico: I.
- Bergholz, S. P. (2000). *Medwave*. Obtenido de <http://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Series/GES03-A/5057>
- Blogspot. (2012). Obtenido de <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>
- Campos M. (2009).
- Carrera. (2012).
- Carvajal, J. A. (16 de Noviembre de 2014). Obtenido de <https://prezi.com/iphpiqykamlk/factores-y-sectores-economicos/>
- Conceptos. (2008).

- Contabilidad. (2006). Obtenido de http://www.contabilidad.com.py/articulos_73_costos-directos-e-indirectos.html
- Cuerpo de Bomberos. (2016).
- Cuna, J. (Octubre de 2010). *Emprendimiento Globalizado en Competitividad*. Recuperado el 25 de Agosto de 2017, de <http://acualonit.overblog.com/las-4-p-precip-producto-plaza-y-promocion>
- Definicion. (2018). Obtenido de <https://definicion.de/equipo-de-oficina/>
- Definición de Costos. (s.f.).
- Dolante, Y. (11 de Noviembre de 2014). *slideshare*. Recuperado el 2017, de slideshare: <https://es.slideshare.net/yorlenisdolandelucero/balancede-oferta-y-demanda-y-sistema-lan>
- Dynamics, M. (2009). Obtenido de <https://mbs.microsoft.com/Downloads/Public/GP10Docs/ESLA/Kardex.pdf>
- Econlink. (23 de septiembre de 2012). Obtenido de inflación: <http://www.econlink.com.ar/definicion/inflacion.shtml>
- Economía . (16 de Enero de 2017). Obtenido de <http://www.economia.ws/oferta-y-demanda.php>
- E-Conomic. (2012).
- Enciclopedia Financiera. (2011). Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-costo-de-ventas.html>
- Fayol, H. (02 de Enero de 1916). *Web y Empresas*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de <https://www.webyempresas.com/las-5-funciones-de-la-administracion-de-henri-fayol/>
- Fayol, H. (1918). Enfoque del proceso administrativo.
- Fernandez. (2009).
- Ferrer, C. (28 de Noviembre de 2011). *Significados*. Recuperado el 28 de Agosto de 2017, de <https://www.significados.com/organigrama/>
- Franklin. (2008).
- Gardey. (2009).
- Giorgo, M. (1997). *La Gestión eficaz*. España: Coopers & Lybrand Galgano.

- Gómez. (2013).
- Gomez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. España: Brujas.
- Gonzales, G. (15 de 02 de 2002). *Incubadora de idea de negocios*. Recuperado el 02 de 02 de 2017, de <http://www.infobae.com/2015/07/23/1743575-que-es-una-incubadora-ideas-negocios/>
- Gregorio, J. (2014). *Macroeconomía y Política Fiscal*.
- Hanel Del V, J., & Hanel G, M. (24 de Marzo de 2004). *Análisis Situacional*. Obtenido de http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/392/analisis_situacional_modulo2.pdf?sequence=3
- Hernández C. (2012).
- Herrera, C. (octubre de 2015). *gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>
- Himmelblau D. (2009).
- IICA & CEPPI. (2007).
- Industria Turística Potencial. (7 de Julio de 2014). Obtenido de http://turistampa.com/new/index.php?option=com_content&view=article&id=3897:la-industria-de-los-parques-de-diversiones-y-atracciones-tiene-un-tremendo-potencial-para-crecer-en-latinoamerica&catid=24&Itemid=113
- INEC. (Marzo de 2017). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017_Presentacion_M.Laboral.pdf
- Inmaculada. (2006).
- Inoplay. (18 de Mayo de 2002). Obtenido de <http://www.inoplay.com.mx/juegos-infantiles/resbaladillas-y-toboganes>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (26 de Octubre de 2016). *Teleamazonas.com*. Recuperado el 22 de Octubre de 2017, de <http://www.teleamazonas.com/2016/10/la-poblacion-economicamente-activa-ecuador-2016-segun-inec/>
- Keller, K. (2012). *Estudio de Mercado*. Quito: Folleto.

- Kirvan. (2013).
- Kloter, K. (Octubre de 2009). *marketng*. Obtenido de <http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>
- Lizarraga, M. M. (2010). *Etapas de la Direccion*.
- Lorenzana. (2014).
- Madrid, U. C. (enero de 2008). *Riesgo Pais*. Obtenido de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/jmas/mon/24.pdf>
- Marchán, S. (25 de Noviembre de 2007). Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/1478-4304-1-PB.pdf>
- Marketing. (2012).
- Martin. (2012).
- Martos. (2014).
- Mejía . (2013).
- Mejía. (2013).
- Meza. (2009).
- Ministerio del Medio Ambiente. (13 de junio de 2016). *www.medio.ambiente*. Obtenido de www.medio.ambiente: <http://www.ambiente.gob.ec/calidad-ambiental/>
- Muñoz, F. (2010). *Derechos y Politicas* .
- Nadal A, S. (21 de Agosto de 2017). *Entorno Externo de la Organización*. Obtenido de <file:///C:/Users/hp/Downloads/Documento.pdf>
- Pablo Peñalver. (1 de Noviembre de 2009). Obtenido de <https://proyectoempresarial.files.wordpress.com/2009/11/tema-05-estudio-de-mercado.pdf>
- Pánchez. (2010).
- Paspuel. (2012).
- Pastrano. (2013).
- Paz, J. (2015). *Hlstorya de los acuerdos*. Ecuador: Primera Edicion.
- Pedro, D. M. (2012). *Metas Estrategicas*. Madrid: Diaz de Santos.
- Philip, K. (Agosto de 2008). *marketing-free*. Obtenido de <http://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>
- Puchades Quiles. (2005).

- Pyme, E. (01 de Noviembre de 2005). *Control de accesos* . Recuperado el 14 de Noviembre de 2017, de Control de asistencia laboral: <https://www.emprendepyme.net/control-de-asistencia-laboral.html>
- Ramírez. (2013).
- Ramírez, E., & Parrales, M. (23 de Enero de 2015). *Repositorio de la Universidad Católica de Santiago de Gauyaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4765/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-221.pdf>
- Reyes, M. A. (03 de 12 de 2004). *Intraducion de Marketing Social*. Recuperado el 27 de 01 de 2017, de MACRO Y MICROAMBIENTE: <http://www.mailxmail.com/curso-introduccion-marketing-social/macro-microambiente>
- Riquelme, M. (Septiembre de 2010). Obtenido de <https://www.webyempresas.com/que-es-la-planificacion/>
- Sabino, H. J. (1997). *inflacion*. Obtenido de <http://paginas.ufm.edu/sabino/word/inflacion.pdf>
- Sánchez , A., & Zumeta, J. (02 de 2011). *Gestion Operativa*. Recuperado el 08 de 29 de 2017, de <https://eala.files.wordpress.com/2011/02/apuntes-gestion-operativa.pdf>
- Sanchez, G. G. (2008). Obtenido de <https://gilbertogonzalezsanchez.files.wordpress.com/2012/10/trabajo-3-definicic3b3n-del-manual-funciones.pdf>
- Sandoval P y Córdova S. (Diciembre de 2002). Obtenido de <https://emprendeunefa.files.wordpress.com/2008/09/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.pdf>
- Shatzkin, L. (2016). *definiciónABC*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/competencia.php>
- Slideshare. (2009). Obtenido de <https://es.slideshare.net/cmmc1957/unidad-3-estudio-del-mercado>
- Stanton, Etzel y Walker, Mc Graw Hill. (2004). *Fundamentos de Marketing* (13a. Edición ed.). Colorado-Boulder: International Thomson Editores S.A. Obtenido de Definicion de Encuesta .

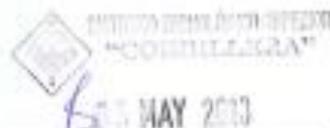
- Superintendencia de Bancos. (2017). *http://www.sbs.gob.ec*. Obtenido de http://www.sbs.gob.ec:7778/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2#t
- Tamayo. (25 de Noviembre de 2012). Obtenido de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-poblacion.html>
- Thompson, I. (Septiembre de 2009). *marketing-free*. Obtenido de <http://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>
- Universidad Barcelona de España. (Enero de 2008). *Business School*. Obtenido de <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/diagramas-de-gantt/que-es-un-diagrama-de-gantt-y-para-que-sirve>
- Universidad Santo Tomás. (2012).
- Vasquez, C. (16 de Octubre de 2014). *Técnicas de Obtención de Información*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2017, de Técnicas de Obtención de Información: <https://prezi.com/z6zvowxrormp/tecnicas-de-obtencion-de-informacion/>
- Web y Empresas. (2007). Obtenido de <https://www.webyempresas.com/gastos-administrativos/>
- Weber. (1992).

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **SAMBACHE TOASA CARLA PAOLA**, portador de la cédula de identidad N° 172493786-5, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 2 de Mayo del 2018



Sra. Mariela Balseca
CAJA VOTO ELECTRONICO

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
COMITÉ DE CARRERA

Ing. Angélica Aldaz
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra
BIBLIOTECA



03 MAY 2018

COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villaiba
PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES



Dr. Patricio Guanopatin
DIRECTOR DE CARRERA



Tgla. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA

Urkund Analysis Result

Analysed Document: sambache_carla.pdf (D38460245)
Submitted: 5/8/2018 8:26:00 PM
Submitted By: carlissambache.23@hotmail.com
Significance: 1 %

Sources included in the report:

SALCEDO COYAGUILLO EVELYN ANITA TESIS.docx (D38239847)

Instances where selected sources appear:

3


9/05/18

EDUARDO VASCONEZ