

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR

SEDE ESMERALDAS



FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
PARQUE TEMÁTICO DE MINIATURAS SOBRE LOS
PRINCIPALES ATRACTIVOS DEL ECUADOR EN LA CIUDAD
DE ESMERALDAS.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO INGENIERO EN
ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA.**

AUTOR:

MENDOZA MACIAS ALAN JAVIER

ASESOR:

ING. CARLOS VELASCO

ESMERALDAS, 2014

Disertación Aprobada luego de dar cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas **PUCESE**, previo la obtención del Título de Ingeniera en Administración Hotelera y Turística.

Director de Disertación

Lector 1

Lector 2

Director de Escuela

Esmeraldas, Enero del 2014

AUTORÍA

Yo, **ALAN JAVIER MENDOZA MACÍAS**, portador de la Cédula de Ciudadanía 080225663-6 declaro bajo juramento que la presente investigación es de mi total responsabilidad, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.

Firma

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a mi familia por el gran apoyo brindado durante todo este tiempo de estudio y por haberme permitido culminar con éxito la carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas logrando así cumplir con esta meta tan anhelada.

Un agradecimiento especial a mis compañeros y amigos por su gran apoyo, de manera especial a Dixon, Lorena, María José, Norma, Carolina, Estefanía, Carmen, Tatiana, Edwin y todos los que quizás no nombre pero con los cuales compartí valiosos tiempos de estudio, a mi Asesor Ing. Carlos Velasco y mi hermana Ing. Cristina Mendoza por dedicarme su tiempo y ayuda para la realización de esta investigación y todas las personas que de alguna manera me ayudaron y contribuyeron en el logro de este gran objetivo.

Alan Javier Mendoza Macías

AUTOR

DEDICATORIA

De manera especial y muy relevante dedico el presente trabajo a Dios y a la Virgen, a mis padres Sr. Galo Mendoza Díazque estará siempre presente en mi corazón y la Sra. ÁngelaMacíasAragonés por su inmenso amor y apoyo, a mis queridos hermanos por su eterna comprensión, colaboración, apoyo incondicional durante toda esta carrera y que gracias a ellos es posible la culminación de esta etapa importante de mi vida profesional.

De manera general a toda mi familia, compañeros,a los Docentes de la Universidad por el aporte brindado para el fortalecimiento de nuestros conocimientos, a la Lcda. Johanna Rodríguez por su enorme colaboración y a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, por abrirnos sus puertas y haber sido la promotora fundamental confiando en nuestras capacidades y deseos de superación.

Alan Javier Mendoza Macías

AUTOR

ÍNDICE

Portada	
Hoja de Autorización	
Autoría	i
Agradecimiento	ii
Dedicatoria	iii
Índice	iv
Índice de tablas	viii
Índice de gráficos	x
Resumen ejecutivo	vi
Abstrac	xiii
1. INTRODUCCIÓN	1
2. MATERIALES Y MÉTODOS	5
2.1 Análisis de las fuentes secundarias	6
2.2 Análisis de fuentes primarias	7
Definir Objetivos	7
Objetivo General	7
Objetivos Específicos	7
2.3 Necesidades de información	8
2.4 Determinar fuentes de datos	9
2.3 Tamaño de la muestra	9
2.4 Trabajo de campo	10

2.5 Verificación de la información	10
2.6 Tabulación	10
3. RESULTADOS	11
3.1 ESTUDIO DE MERCADO	11
EL SERVICIO	11
Generalidades del Servicio	11
Necesidades que cubre el servicio	11
Caracterización del servicio	12
Tipo de servicio	13
Servicios sustitutivos	13
a. Parque Roberto Luis Cervantes	13
b. Parque 20 de Marzo	13
c. Parque Luis Tello	13
Ciclo de vida del producto	14
Etapas de introducción en el mercado.	14
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	14
Segmentación de mercado	14
Conducta de compra de los clientes	14
Diseño de la investigación	15
Resultado y análisis	16
Proyección de la demanda	26
ANÁLISIS DE LA OFERTA	27
Aspectos Cualitativos	27
Competencia directa e indirecta	27

Distribución geográfica de la competencia	27
Productos que ofrece la competencia	28
Características de sus clientes	28
Infraestructura	28
Fortalezas y debilidades de la considerada competencia.	30
Medios de comercialización	31
Aspectos cualitativos de la oferta	31
Oferta actual e histórica	31
Precio	31
Análisis comparativo entre la oferta y demanda	32
Cuadro comparativo	32
Determinación de la demanda del proyecto	33
Demanda del proyecto	33
Precios	34
Canales de comercialización	35
Modelo de negocio	35
Aliados estratégicos:	35
Actividad:	36
Propuesta de valor:	36
Relación cliente:	36
Recursos:	36
Estructura de costos:	36
3.2. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO	37
3.2.1. ESTUDIO TÉCNICO	37

Determinación del tamaño óptimo	37
Determinación de las medidas de las áreas a ser construir	37
Determinación de los atractivos a ser construidos	38
Localización optima del proyecto	39
Macrolocalización	40
Microlocalización	40
3.2.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO	41
Diseño del producto	41
Manual general de procedimientos	43
Distribución de las instalaciones	44
Organización funcional y organigrama estructural	45
LOGOTIPO DE LA EMPRESA	52
Eslogan de la empresa	53
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	53
MISIÓN	53
VISIÓN	53
OBJETIVO GENERAL	54
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	54
ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA	55
El objeto social.	55
Cámaras de Comercio	56
Municipio de Esmeraldas	56
Servicio de Rentas Internas	57

Permisos del Cuerpo de Bomberos	57
ASPECTOS RELACIONADOS CON LA EMPRESA	58
Sistema tributario y legal	58
Obligaciones tributarias	58
Contratación laboral	59
Leyes que regulan la contratación del personal	59
Obligaciones patronales en caso de accidentes laborales	59
Valor de la indemnización	60
Normas y procedimientos	60
Normas internas	60
Procedimientos	60
PRÉSTAMO BANCARIO	63
3.3 ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO	64
Análisis del estudio económico-financiero	80
3.4 IMPACTOS DEL PROYECTO	81
Análisis del impacto del proyecto	81
Impactos socio-cultural, económicos y ambientales	82
3.4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	85
3.4.1 CONCLUSIONES	85
BIBLIOGRAFÍA	88
LINKOGRAFIA	93
Anexos	94

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: Proyección de la demanda insatisfecha	26
TABLA N° 2: Productos de la competencia	28
TABLA N° 3: Fortalezas y debilidades de la considerada competencia	30
TABLA N° 4: Análisis comparativo de la oferta y demanda	32
TABLA N° 5: Determinación de la demanda del proyecto	33
TABLA N° 6: Inversión fija o requerimientos	64
TABLA N° 7: Suministros de limpieza	67
TABLA N° 8: Requerimiento del recurso humano	68
TABLA N° 9: Inversión fija	69
TABLA N° 10: Fuentes de financiamiento	70
TABLA N° 11: Tabla de amortización gradual	71
TABLA N° 12: Resumen de depreciaciones	73
TABLA N° 13: Resumen de gastos mensuales	74
TABLA N° 14: Cuadro de resumen de costos fijos y variables	75
TABLA N° 15: Flujo neto proyectado	77
TABLA N° 16: Indicadores de evaluación del proyecto	78
TABLA N° 17: Análisis de sensibilidad	79
TABLA N° 18: Parámetros de calificación del impacto	81
TABLA N° 19: Impacto socio-cultural	82
TABLA N° 20: Impacto económico	83
TABLA N° 21: Impacto ambiental	84
	11

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO Nº 1: ¿Con quien comparte actividades?	16
GRÁFICO Nº 2: ¿Lugares a los que acude?	17
GRÁFICO Nº 3: ¿En qué época del año acude a estos lugares?	18
GRÁFICO Nº 4: ¿Con que frecuencia realiza sus visitas?	19
GRÁFICO Nº 5: ¿Cuáles son los factores importantes por los cuales visita un centro de diversión?	20
GRÁFICO Nº 6: Servicios que deberían existir	21
GRÁFICO Nº 7: ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en una visita?	23
GRÁFICO Nº 8: ¿En caso de existir un parque estaría dispuesto a visitarlo?	24
GRÁFICO Nº 9: Lugar donde se ubicaría el parque	25

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo investigativo se basa en un “Estudio de factibilidad para la creación de un parque de miniaturas sobre los principales atractivos turísticos del Ecuador en la ciudad de Esmeraldas, provincia de Esmeraldas.”; para una mejor comprensión del mismo a continuación se presenta una síntesis de los datos, productos, servicios, conclusiones, y recomendaciones más relevantes de la presente investigación.

En este trabajo se desarrollaron varios puntos entre ellos se realizó un análisis del mercado en el que se investigó sobre el servicio, cuáles serían sus sustitutos y complementarios, además se realizó un análisis de la demanda en el que se determinó a que segmento estará dirigido nuestro producto y sobre las fuentes secundarias y primarias de las cuales se pudo obtener la información requerida.

Una vez determinado el tamaño de la muestra a través de la información obtenida en el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) se procedió a realizar el trabajo de campo y esta información obtenida fue tabulada y analizada. A través de esta información de primera mano se pudo realizar la proyección de la demanda conjuntamente con los datos facilitados por el INEC y mediante la aplicación de la fórmula de regresión lineal.

Para el análisis de la oferta se consideró el método de la entrevista las cuales fueron realizadas a los propietarios de los diferentes centros o establecimientos de recreación familiar o para niños, el encargado de obras públicas del municipio de la ciudad de Esmeraldas, el jefe departamento de turismo del municipio de la ciudad de Esmeraldas y a profesionales del área turística, en las que se pudo conocer y determinar nuestros competidores directos e indirectos, su distribución geográfica, infraestructura, fortalezas y debilidades realizando un cuadro para mayor comprensión además se conoció las estrategias de mercadeo que utilizaron y utilizan actualmente para llegar a sus clientes.

Además se determinó la oferta actual e histórica, sus precios y frecuencia utilizada con la que cuentan estos parques.

En el estudio Técnico e Ingeniería del Proyecto se determinó el tamaño y localización óptima del proyecto, se realizó un diseño del servicio y manual de procedimientos, además se determinó los diferentes requerimientos de materiales que serán necesarios para la realización del proyecto, también se desarrolló una distribución de las instalaciones, se estableció una misión y visión, logotipo, organigrama funcional de la empresa y se investigó todos los aspectos legales que se necesitan para la constitución de la misma.

También se ha realizado un estudio económico, en el cual primero se establecieron los objetivos del mismo y luego se procedió a determinar los diferentes costos totales tanto administrativos, ventas, financieros y el detalle de los requerimientos.

Además se realizó un cronograma de inversiones, depreciación y amortización, capital de trabajo, punto de equilibrio, estado de resultado y balance general proyectado, en la evaluación financiera del proyecto se consideraron varios criterios de evaluación como fueron: Valor Presente Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Análisis de Sensibilidad, Periodo de Recuperación de la inversión y Relación Beneficio-Costo.

La estructura financiera que establece el proyecto es muy sólida, posibilitando que la empresa pueda suplir a futuro sus posibles deudas con terceros y generar utilidades, ya que acuerdo con los indicadores financieros obtenidos en la investigación, se determinó que es factible implementar el proyecto y acceder a créditos para su financiamiento.

Es recomendable implementar el parque de miniaturas Ecuador MaravillosoS.A, y aprovechar la alta demanda por el servicio de distracción y recreación en el mercado.

ABSTRAC

This research work is based on a “Feasibility Study for the creation of a miniature park about the main tourist attractions of Esmeraldas city, province of Esmeraldas”. For a better understanding, the synthesis of the main data, products, services, conclusions and recommendations related to this work are described as follows.

Many steps were followed for the development of this study.

The first one consists of a market analysis, which involves the research about the service per se and the substitute and complementary services. Also the demand was analyzed, which determines the target market for the product and the primary and secondary sources from which the required information was collected.

Once the size of the sample was determined by the information provided by the INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), the field work was done and the collected data were tabulated and analyzed. The demand projection was calculated based on this first-hand information, the information provided by INEC and the application of the linear regression formula.

Offer was analyzed based on the interviews made to the owners of familiar or children’s recreational centers, the person in charge of public works and tourist department in Esmeraldas local government and tourist professionals. These interviews allowed to determine the direct and indirect competitors, their geographical distribution, infrastructure, strengths and weakness through the use of a chart for better understanding. Additionally, it was possible to determine the market strategies those owners used and are using now to reach their clients. As well as the current and historical offer, the prices and the frequency with which this kinds of parks are visited.

Another step consists of technical study and project engineering, which allow the definition of the size and optimum location for the project as well as the design of the service and the procedural guideline. Likewise, it was possible to determine the materials required to carry out

the project, the distribution of the facilities, the mission & vision, the logotype, the organization chart and the legal aspects involved in the creation of this company.

Furthermore an economic study was done, which allowed the establishment of the goals thereof, as well as the identification of the different total costs such as administrative, selling, financing and the detail of the requirements

Also a schedule for investment, depreciation, amortization, work capital, balance point, income statement and general balance sheet was done. Many evaluation criteria were considered for the financial evaluation of the project, such as: the Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Sensitivity Analysis, Investment Recovery Period and Cost-Benefit Analysis.

The financial structure for the project is very solid, which allows the company to fulfill its possible debts with third parties and generate profit in the next near future because the financial indications resultant from the research show that it is feasible to execute the project and gain access to loans for its financing.

It is recommended to carry out the miniature park Ecuador Maravilloso S.A and, take advantage of the high demand that this entertainment and recreation service has in the market.

1. INTRODUCCIÓN

Un parque de miniatura es un espacio abierto que reproduce espacios humanos y naturales, urbanos y rurales (edificios, ferias, caminos, casas, monumentos, montañas, lagos, bosques, automóviles, barcos y personas, entre otros), a una escala menor que 1:1 y que se abre para el público con el cobro de un derecho de ingreso. Desde su invención, han sido atracciones turísticas y recreativas tradicionales en diferentes partes del mundo, y; por sus temas, aportan a la difusión y revalorización del entorno social y cultural. Un parque de miniaturas puede contener el modelo de una sola ciudad, una provincia, o incluso de un país completo.¹

Los parques de miniaturas fascinan a niños y adultos en todo el mundo, convirtiéndose en una actividad recreativa familiar y es un atractivo turístico de gran poder. Si bien ya existían modelos de aldeas y parques en miniatura privados en el siglo XIX debido a que las personas colocaban pequeños edificios y trenes en sus jardines privados, el género de esta época se convierte en atracción turística de carácter público recién entre las décadas de los años '30 y del '50. Desde entonces, se han creado parques en miniatura, cada uno con sus propios objetivos como: recaudación de fondos para caridad, educación, representación histórica en miniatura, difusión de información turística de un país o región y entretenimiento. “Un nuevo parque miniatura abre aproximadamente cada tres años”, señalan en IAMP (Asociación Internacional de Parques Miniaturas).²

Hoy en día existen en el mundo más de 40 parques en miniatura; un recorrido por los parques temáticos más famosos debe incluir al parque Bekonscot en Buckinghamshire, Reino Unido el parque miniatura más antiguo que conserva su forma original, y Madurodam en Holanda, poseedor del ferrocarril modelo más grande del mundo.

¹ <http://www.cronista.com/impresageneral/Parques-en-miniatura-20090115-0002.html>

² <http://www.miniatureparks.org/>

En el Ecuador no se cuenta con un ejemplar parque de miniaturas que represente los sitios más importantes del mismo. En la actualidad en la ciudad de Esmeraldas existen tres parques públicos que son los más visitados por propios y turistas como son el parque Roberto Luis Cervantes, (llamado comúnmente Parque Infantil), el parque 20 de Marzo (llamado Parque Central), y el tradicional parque “Luis Tello” del barrio de Las Palmas. Es posible adicionar como lugar público abierto la Plaza Cívica “Nelson Estupiñán Bass” que actualmente es el escenario de eventos culturales de la ciudad.

Es por esto que la presente investigación busca aportar al desarrollo recreativo y turístico del cantón de Esmeraldas por el cual se plantea como objetivo “Estudio de factibilidad para la creación de un parque temático de miniaturas sobre los principales atractivos turísticos del Ecuador”.

Así mismo se considera importante establecer tres objetivos específicos los cuales nos llevarán a fundamentar de la mejor manera esta propuesta.

Siendo importante un estudio de mercado para esta investigación, se considera como objetivo específico “Elaborar un estudio de mercado para conocer la aceptación de las personas acerca de la creación de un parque de miniaturas en Esmeraldas” y poder conocer cuáles son los gustos, preferencias, precios que el cliente está dispuesto a pagar, etc.

Como segundo punto importante para el proyecto fue el aspecto técnico donde se define como objetivo” Diseñar un estudio técnico – operativo y de ingeniería para determinar las dimensiones que ocupará el parque temático, su estructura y la funcionalidad de cada área.

Y el último punto tal vez el más importante “Evaluar económica-financieramente el proyecto para conocer su factibilidad, rentabilidad y tiempo de recuperación de la inversión”

Dentro del planteamiento que se presenta en este proyecto de investigación tenemos que en el Ecuador en los recientes años ha tenido una renovación urbana importante, lo cual aporta al desarrollo turístico del país. Esmeraldas es la capital de la provincia y por ende concentra la mayoría de las organizaciones y empresas públicas, y privadas, lo que permite que esta ciudad tenga características culturales muy propias, música,

artesanías, gastronomía, y recursos naturales como ríos, cascadas, playas, áreas de manglar que se convierten en centros de atracción turística relevantes.

Por lo tanto, es necesario aportar al proceso de desarrollo turístico, social y económico de esta ciudad mediante la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales que sean diseñadas con visión de sostenibilidad y que fomenten la revalorización de la identidad nacional y local.

La ciudad no cuenta con un centro de recreación para que las familias y turistas acudan a observar y conocer las maravillas que posee el Ecuador, por lo cual, se requiere invertir en espacios de distracción y unión familiar, que fomente el conocimiento de los atractivos a nivel nacional. Crear espacios seguros para el encuentro social, espacios dotados de facilidades para el esparcimiento y recreación.

En la ciudad de Esmeraldas no existe un parque que se refiera a las miniaturas de los sitios más importantes del Ecuador y por lo cual este proyecto aportará a la promoción de la valoración del patrimonio del mismo. Además, aportará al desarrollo del turismo de la ciudad al ser un establecimiento único y que se convertirá en un atractivo turístico de importancia nacional, el mismo que generará importantes fuentes de empleo, y será el complemento a la actual oferta turística de esta ciudad y provincia.

Por eso es importante dar una nueva alternativa tanto a turistas, visitantes como a las familias esmeraldeñas.

Todo lo antes mencionado se justifica al ser el cantón Esmeraldas una ciudad con una población de 189.504 habitantes (según INEC censo 2010) y flujo turístico de 50.000 visitantes al año en Esmeraldas (Ministerio de Turismo) entre turista y empresarios, la falta de establecimientos de recreación familiar y específicamente para niños/as, es decir parques o establecimientos para recreación; se constituye en un problema de desarrollo social y urbano ya que la oferta de sitios de distracción no cubre las necesidades de la población, sin que estos sean un aporte al desarrollo socio-económico, cultural y turístico de la ciudad.

Teniendo en cuenta que la ciudad de Esmeraldas es la capital de la provincia y por ende acumula la mayor parte de empresas tanto públicas como privadas y formamos parte de ese eje de comunicación entre las diferentes cantones de la ciudad, este posee un

mercado interno importante que son las familias esmeraldeñas y en particular los niños el cual es un mercado en constante crecimiento. Otro aspecto que es de gran relevancia es la gran cantidad de turistas que ingresan a la provincia y particularmente acuden a los establecimientos hoteleros-turísticos ubicados en la zona sur de la provincia y las personas que vienen por un turismo de sol y playa y no tienen otra alternativa para el disfrutar de sus vacaciones de feriados, ocio o negocio.

En la actualidad en la ciudad de Esmeraldas no existe un parque temático de distracción familiar, académico o para visitantes que brinde conocimientos educativos, que promueva valores del cuidado de los recursos, que rescaten el amor a lo propio y de unidad nacional y hermandad tanto de la población local como de los turistas que la visitan.

En los establecimientos o parques de la ciudad de Esmeraldas, que brindan la oferta de distracción familiar o para niños y adolescentes, no se manejan niveles de administración adecuados, la tecnología aplicable a este sector es muy limitada y no se cuenta con talento humano capacitado para trato de personas a niveles de la excelencia.

Todos los factores antes mencionados son la causa por la cual se realizará el presente trabajo investigativo en base a la oportunidad que se muestra, al no existir otro tipo de establecimiento en la ciudad de Esmeraldas y las oportunidades que se tiene de difundir la belleza de las demás provincias del Ecuador.

4. MATERIALES Y MÉTODOS

El tipo de investigación que fue aplicada a este proyecto fue con base en estudios exploratorios los mismos que permitieron conocer cuál es la realidad que viven los demás centros o parques de distracción familiar o para niños en la ciudad de Esmeraldas mediante la observación de los diferentes comportamientos de la población, condiciones geográficas, económicas, ambientales del sitio relacionándolos con la población, conociendo el estilo de vida (debilidades y fortalezas), y la situación económica. Se aplicaron herramientas de análisis social que permitieron de forma objetiva argumentar opiniones respecto a los factores de oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas además de la recolección de datos como costumbres y necesidades que tienen los habitantes esta ciudad.

La inducción permitió recoger una serie de hechos, datos de la ciudad de Esmeraldas obteniendo información que sirvió como referente a la investigación. Además permitió fundamentar la propuesta y llegar a generalizar el comportamiento del potencial mercado, de la misma manera dentro de este campo se dedujo que la observación cuidadosa y crítica permitió obtener datos de Esmeraldas para analizar o dar criterio del problema planteado.

La técnica de la entrevista fue importante dentro de la investigación ya que se la aplicó a los propietarios de los diferentes centros o establecimientos de recreación familiar o para niños, al Director Provincial de Turismo, al Jefe del Departamento de Turismo de Esmeraldas, a los responsables de obras del Ilustre Municipio de Esmeraldas, donde se analizó la posible demanda, el aporte turístico a la provincia y la factibilidad de construcción del mismo.

Otra herramienta importante que se aplicó fue la encuesta ya que permitió realizar un corte transversal de la población local que incluyó las opiniones de los estratos sociales

populares, medios y altos de la ciudad, personas de diversas edades garantizando la captación de las opiniones de jóvenes y adultos, ya que esta iniciativa empresarial está dirigida para todo público.

Se aplicó la herramienta de la encuesta compuesta con preguntas cerradas que cubren aspectos siguientes: frecuencia de visita al parque de miniatura, capacidad de pago y consumos, preferencias de servicios como alimentos y bebidas. Se incluye en anexo la muestra de la encuesta.

Las encuestas se realizaron a la población esmeraldeña mayor de los 13 años. La población de la provincia de Esmeraldas es de 534.092 habitantes, al cantón Esmeraldas le corresponden 189.504 habitantes, lo que representa un 35.48 % del total de habitantes de la provincia.

Dentro del cantón Esmeraldas la población se ha tomado como muestra la población económicamente activa a la cual le corresponden 74.701 habitantes, que representa el 39.42 % de la población cantonal de la población. Información obtenida de (INEC, 2010).

Una vez aplicada la fórmula para determinación de la muestra se determinó que el número de encuestas a aplicar fueran 381, mismas que se distribuyeron en las diferentes parroquias de Esmeraldas.

2.1 Análisis de las fuentes secundarias

Se necesitaron de varias fuentes para poder estudiar la demanda y oferta de los parques de miniaturas del cantón Esmeraldas, entre ellas tenemos: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Servicio de Rentas Internas (SRI), Municipio del cantón Esmeraldas, Internet.

- INEC: Donde se obtuvo información respecto a la población del cantón Esmeraldas, número de habitantes de la zona urbana, tasa de crecimiento poblacional e indicadores estadísticos que nos brindaron la información requerida.

- SRI: Institución que brindó información sobre el número de empresas dedicados al servicio de distracción y recreación por medio de parques temáticos.
- Municipio de Esmeraldas: Aquí se obtuvo información referente a las patentes municipales, así como de los impuestos municipales tanto de construcción como de funcionamiento en los que nuestra empresa incurriría.
- Cuerpo de Bomberos: Institución que dio información sobre los permisos de funcionamiento de una empresa como la que se propone.
- IEPI: Proporcionó la información necesaria para el registro y protección de la propiedad intelectual.
- INTERNET: mediante este medio pudimos conocer los diferentes tipos de parques a nivel mundial, sus estructuras y limitaciones.

2.2 Análisis de fuentes primarias

Definir Objetivos

Objetivo General

- Cuantificar las visitas promedio anual al parque de miniaturas de las personas comprendidas entre las edades de 13 a 65 años de edad del área urbana del cantón Esmeraldas.

Objetivos Específicos

- Planificar cada una de las partes del proceso de investigación de mercado, encuestas y entrevistas, que permita conocer el comportamiento del mercado.

- Recolectar, tabular y analizar, la información obtenida del mercado, aplicando técnicas de recolección y análisis.
- Interpretar la factibilidad de la creación de un parque de miniaturas

2.3 Necesidades de información

Es fundamental contar con información veraz y de primera mano, directa del mercado, por lo que se han aplicado técnicas de recolección de la información, procesamiento e interpretación, de manera que los resultados sean confiables para el desarrollo de la investigación, y la determinación de su factibilidad.

Para el estudio del presente proyecto se necesitó recopilar la siguiente información:

- Conocer con quien comparte regularmente las actividades de fin de semana y feriados.
- Determinar a qué lugares de diversión o recreación va con su(s) hijos(s).
- Saber en qué épocas o temporadas del año acude a estas sitios.
- Saber con qué frecuencia visita estos sitios.
- Saber cuáles son los factores que influyen al elegir un lugar para recreación y distracción.
- Cuáles son los principales servicios que le gustaría recibir dentro de un área de recreación y distracción.
- Determinar el gasto promedio que realiza cuando visita estos centros de recreación.
- Si en caso de existir un parque de miniaturas lo visitarían.
- Y cuál es la ubicación que más le gustaría se construya el mismo.

2.4 Determinar fuentes de datos

Las principales fuentes de datos han sido las personas encuestadas y las entrevistas realizadas a los propietarios de centros de distracción y recreación de la ciudad de Esmeraldas.

Para analizar a los consumidores nos dirigimos a las parroquias de la zona urbana del cantón Esmeraldas.

2.3 Tamaño de la muestra

Las encuestas se realizaron a la población esmeraldeña mayor de 13 años. La población de la provincia de Esmeraldas es de 534.092 habitantes, al cantón Esmeraldas le corresponden 189.504 habitantes, lo que representa un 35.48 % del total de habitantes de la provincia.

Dentro del cantón Esmeraldas se ha tomado como muestra la población económicamente activa a la cual le corresponden 74.701 habitantes, que representa el 39.42 % de la población cantonal de la población. Información obtenida de (INEC, 2010).

Una vez aplicada la fórmula para determinación de la muestra se determinó que el número de encuestas a aplicar fueran 381, mismas que se distribuyeron en las diferentes parroquias urbanas de Esmeraldas.

2.4 Trabajo de campo

Las encuestas y las entrevistas fueron realizadas por el investigador, quien está capacitado para realizar la recopilación de los datos y a su vez coordinar y organizar toda la información.

Para este proceso se contó con los recursos económicos, técnicos y materiales necesarios, que permitieron realizar exitosamente la investigación.

Las encuestas se aplicaron a las personas entre 13 y 65 años de edad del cantón Esmeraldas, duró cuatro semanas, cumpliendo el plan de trabajo que indicaba realizar 100 encuestas cada semana en 3 semanas y 81 en la última semana logrando terminar la cantidad de encuestas determinadas por el tamaño de la muestra (381 encuestas).

2.5 Verificación de la información

Fue el autor quien realizó la investigación, certificando la veracidad y objetividad de la información obtenida de las encuestas y las entrevistas, asegurando que el proyecto quedará fundamentado sobre bases sólidas que permitirán su implementación.

2.6 Tabulación

La tabulación de las encuestas se realizó utilizando la herramienta de Excel del paquete de Microsoft Office, agilizando y dando mayor certeza a la tabulación. La recopilación de datos se la hizo a través de las encuestas a personas que podrían convertirse en nuestros clientes potenciales, estos datos son presentados de manera descriptiva y a través de tablas estadísticas.

5. RESULTADOS

5.1 ESTUDIO DE MERCADO

EL SERVICIO

Generalidades del Servicio

Un parque miniatura en la ciudad de Esmeraldas es una gran alternativa que se presenta tanto a turistas como a los propios esmeraldeños; un servicio de recreación y distracción tanto cultural como educativa nos permite tener presente en cada una de las personas una oportunidad de conocer más acerca de nuestro país y a la vez reafirmar esos valores de unidad nacional que hacen sentir orgullosos de lo nuestro.

Este servicio de parque básicamente brinda un recorrido programado dentro de un área de estructuras de miniatura que hace alusión a los lugares importantes del país; este recorrido puede ser dirigido por varios motivos sean estos de recreación por parte de un grupo de personas, estudiantes de un entidad educativa, o turistas que estén interesados en conocer lo más importante del Ecuador de una manera que no tengan que movilizarse a grandes distancias.

Necesidades que cubre el servicio

El parque de miniaturas brinda una nueva alternativa a los turistas que visitan la provincia y familias esmeraldeñas, al ser la provincia de Esmeraldas una de las más turísticas del país es de gran importancia crear una alternativa a éstos, saliendo del rutinario turismo de sol y playa, el parque se crea como una oportunidad a los turistas tanto nacionales y extranjeros porque permite conocer la importancia que se releva en cada una de las edificaciones que se presenta en miniatura induciendo a que estos

turistas elijan un próximo destino dentro del Ecuador o las familias planifiquen cual será su próximo destino en vacaciones y que conozcan la realidad mediante exposiciones de cada uno de los sitios.

Se cubren las necesidades de recreación familiar, este gran segmento del mercado que son los esmeraldeños y que básicamente se enfoca en un mercado en constante crecimiento el cual son los niños nos permite que desde pequeños a través de la manera más sencilla que es recrearse estos aprendan sobre lo que es el Ecuador.

Satisface a grupos académicos, en cada etapa educativa que se presentan en las entidades académicas - educativas sean estas públicas como privadas se ven en la necesidad de realzar los principales puntos que tiene el Ecuador y dar a conocer su importancia histórica.

A más de satisfacer todas estas necesidades también satisface necesidades complementarias como la de servicio de alimentación con un patio de comidas el cual brindará un servicio diferenciado a los demás sitios de atención o de recreación turística.

Caracterización del servicio

La idea de este proyecto es la construcción de un parque de los principales atractivos turísticos del Ecuador en miniatura porque de esta manera se puede conocer de modo más ilustrado los puntos importantes del Ecuador la misma estará ubicada en la zona de la parroquia Tachina lo cual llevará una estructura moderna combinando el acero, vidrio y hormigón como principales elementos para su perdurabilidad en el tiempo.

Este parque contará con áreas específicas diferenciadas, en cuanto a las baterías higiénicas, patios de comida, pequeñas canchas para deportes, aéreas de arribo y salidas de emergencia correctamente enmarcadas, áreas sectorizadas de acuerdo a la edad del niño para que estos no se mezclen con los demás.

Siendo este parque el lugar ideal para el goce y disfrute de las personas y turistas que lo visiten.

Tipo de servicio

El servicio que brinda el parque de miniaturas es básicamente un recorrido guiado donde se podrán ver y conocer información sobre los principales atractivos que tiene el Ecuador además de los servicios complementarios de alimentación y compras se podrán realizar dentro del parque.

Servicios sustitutivos

a. Parque Roberto Luis Cervantes

Con la remodelación del parque Roberto Luis Cervantes conocido también como Parque Infantil tenemos como una alternativa para las familias y turistas que visitan la provincia de poderse recrear ya que los niños pueden disfrutar de un momento ameno con los juegos lúdicos que este presenta además de los servicios de alquiler no formal de carros a baterías que se permiten en este parque complementados del servicio de alimentación de las áreas de comida rápida.

b. Parque 20 de Marzo

Llamado popularmente como el Parque Central está ubicado en el centro de la ciudad de Esmeraldas es de gran importancia ya que en el mismo se hace reseña histórica a Luis Vargas Torres.

c. Parque Luis Tello

Este parque es otro de los sitios más visitados por las familias esmeraldeñas ya que se encuentra de manera informal servicio de alimentación de comidas rápidas que no

brindan estándares de calidad en sus servicios y de distracción nocturna para familias, y visitantes.

Ciclo de vida del servicio

Etapa de introducción en el mercado.

El servicio que se ofrece en el parque temático, se encuentra en fase de introducción o presentación ya que este tipo de producto no se oferta en ninguna provincia del Ecuador, por lo que permite tener la oportunidad de competir en el mercado y posicionarse como un lugar de visita no solo de turistas internacionales sino también nacionales y locales, donde tendrán la opción de conocer más del país y de la ciudad que les acoge.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Segmentación de mercado

El segmento de mercado al que está dirigido este servicio son personas comprendidas entre las edades de 13 a 65 años de la población económicamente activa del cantón Esmeraldas, que corresponde a 74.701 habitantes, que representa 39.42% de la población cantonal, no obstante se considera la visita de niños menores de 13 años acompañados por sus padres y profesores.

Conducta de compra de los clientes

Para entender la conducta de compra de algún servicio por parte de los clientes, se vuelve relevante identificar en primera instancia cuales son las necesidades del segmento de este mercado al que se dirige el proyecto.

De este modo se establece que hay la necesidad de crear un parque de miniaturas de los principales atractivos turísticos del Ecuador, que éste permita conocer y a la vez recrear a familias y visitantes y que ofrezca seguridad y servicios garantizados de buena atención.

Por lo tanto, se puede determinar que la conducta del consumidor para este proyecto está influenciada por tres factores importantes:

- ✓ La variedad de servicios que pueda ofrecer el parque de miniaturas puesto que las personas no solamente acudirían al parque para distracción, sino que tendrían la oportunidad de realizar actividades complementarias.
- ✓ Ubicación geográfica del parque de miniaturas es otro factor que influenciaría en la conducta de los potenciales clientes, ya que estos buscan la manera menos posible de trasladarse volviéndose de fácil accesibilidad.
- ✓ Y finalmente la seguridad que es primordial en toda empresa, ya que esta permite sentir al cliente en un área donde pueda realizar sus actividades de recreación sin tener que pensar que algo le pueda pasar.

Diseño de la investigación

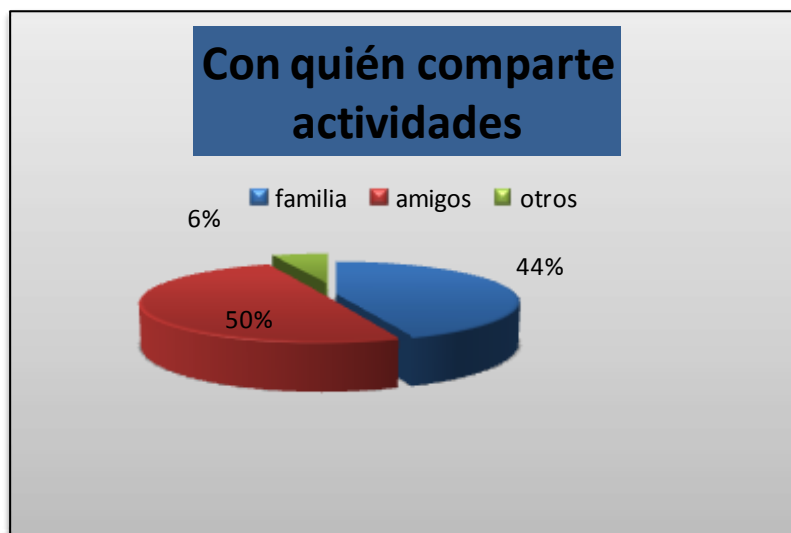
- Elaborar el diseño de la encuesta y entrevista, redactando preguntas claves que proporcionen la información necesaria para conocer lo concerniente al consumo, gustos, preferencias, necesidades de los clientes, etc.
- Tomar una muestra representativa del universo al cual se dirige el producto para determinar la cantidad de personas a encuestar.
- Identificar en qué sectores vamos a desarrollar la investigación, tomando en cuenta la segmentación del mercado realizada.
- Diseñar un cronograma de trabajo, que indique la cantidad de encuestas y entrevistas diarias a efectuar.

- Ejecutar las encuestas a adolescentes y adultos de 13 a 65 años de edad, entrevistar a los administradores de centros de distracción y recreación familiar.
- Tabulación y análisis de los resultados para cuantificar la respuesta a las diferentes variables, la cual permitirá tener una idea clara de dicha temática.

Resultado y análisis

Gráficos de las encuestas aplicadas a la muestra de la población, a personas de 13 a 65 años de edad.

GRÁFICO N°1



FUENTE: Investigación de Mercado
 INVESTIGADOR: Autor del Proyecto

Análisis:

Las personas encuestadas realizan en un 50% las actividades de recreación con amigos, lo que es muy ventajoso para el proyecto, ya que por cada visitante aseguraríamos la presencia de un acompañante, es decir se duplica el número de visitantes, el 44% de los encuestados prefieren compartir estas actividades con su familia lo cual no deja de ser positivo, no obstante se debe tener en cuenta que dentro de una familia mínimo serían acompañados por dos a tres personas donde dos serán adultos y uno niño, en este segmento del mercado el proyecto deberá ser muy cuidadoso ya que las actividades que

se puedan realizar dentro del parque deberán estar dirigidas a complementar los servicios para este segmento, un 6% de los encuestados visitaría el parque de miniaturas pero de manera individual, sin compañías.

GRÁFICO N°2



FUENTE: Investigación de Mercado
INVESTIGADOR: Autor del Proyecto

Análisis:

En cuanto a los lugares que acude regularmente para diversión o distracción tenemos que el 56% de los encuestados tienen preferencia de visitar las playas, seguido de un 25% de personas que acuden a los parques, el 18% a las piscinas y un 1% a los museos. Es decir la mayoría de las personas no tienen más alternativas de lugares para visitar, como esmeraldeños tienen playas tanto en la zona norte y sur, no obstante no existen lugares culturales en nuestra provincia a más del museo del Banco Central. El proyecto pretende ofertar un lugar de distracción en donde todas las familias incluidas jóvenes y niñas y niños conozcan más de nuestra cultura y adicionalmente a esto un lugar donde puedan distraerse, almorzar en familia.

GRÁFICO N°3



FUENTE: Investigación de Mercado
INVESTIGADOR: Autor del Proyecto

Análisis:

En tanto a las visitas que regularmente se hacen a los lugares de diversión o parques de recreación tenemos que en fines de semana el 55% de los encuestados tiene la intención de visitar el parque con una proyección de mínimo de tres veces al mes, lo cual sería bueno mantener en este proyecto y en base a etapas desarrollar actividades educativas-recreacionales de tal modo que no se le vuelva monótono su visita al parque; otro grupo de encuestados son los que visitarían el parque en épocas de feriados estos representan el 30% lo que nos aseguraría que de los 365 días del año este parque tendrá una visita segura de 50 días ya que al año tenemos en promedio 50 días como feriados, entonces se vuelve importante establecer estrategias que permitan darle uso al parque el resto de

los 315 días del año para que así la recuperación de la inversión sea la más pronto posible.

Existe el grupo de los encuestados que visitarían el parque en vacaciones anuales laborales, tanto en empresas públicas como en privadas. Y un pequeño grupo es decir un 3% no visitaría este parque, no obstante es una oportunidad para en un futuro crear en ellos la necesidad de visitar al parque.

GRÁFICO N°4



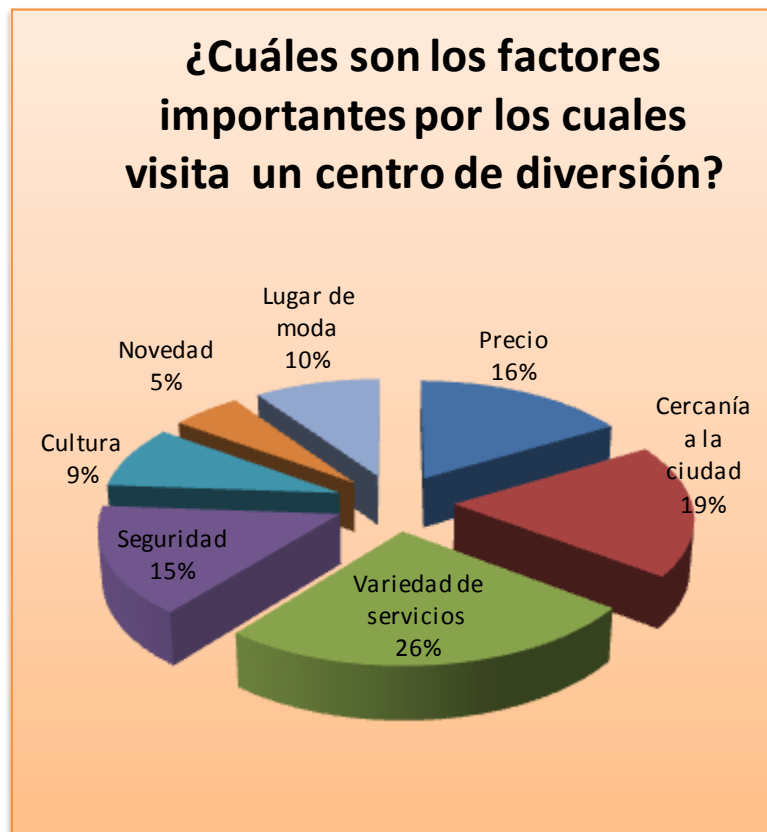
FUENTE: Investigación de Mercado
INVESTIGADOR: Autor del Proyecto

Análisis:

En cuanto a la frecuencia que tienen los encuestados en visitar lugares de diversión el 64% lo realizan una vez por semana, es decir cuatro veces al mes, esto requiere que el diseño del proyecto debe incluir muchas actividades que deberán implementarse paulatinamente utilizando tecnología de punta, innovando día a día, un 16% de los encuestados están dispuestos a visitar al parque una vez al mes, y con la implementación de estrategias e instalaciones de tecnologías de punta las visitas con el tiempo serán más frecuentes, el 14% de los encuestados considera que cada dos meses asistir al parque de miniaturas es favorable o aceptable, debemos tener en cuenta que a este pequeño segmento de encuestados forma parte de las personas que laboran en

actividades que consume la mayoría de su tiempo y no tiene mucho tiempo libre para dedicarla a actividades que no generen ingresos para su beneficio, otro pequeño grupo de la segmentación o de encuestados con 6% consideran que nunca lo visitarían ya que al parecer no se crea un imagen clara de un parque de atractivos turísticos en miniatura y no hay la más mínima idea de visitarlo.

GRÁFICO N°5



FUENTE: Investigación de Mercado
INVESTIGADOR: Autor del Proyecto

Análisis:

Uno de los factores por los que el encuestado visitaría el parque de atractivos turísticos corresponde a la variedad de servicios con un 26%, seguido de la cercanía a la ciudad con un 19%, el precio es otro factor con un 16% , y continúa la seguridad en un 15% , lugar de moda, cultura y novedad en un 10%, 9%,5% respectivamente, es decir para los

encuestados es muy importante que exista en este lugar una gran variedad de servicios, ubicación y precios considerables.

GRÁFICO N°6



FUENTE: Investigación de Mercado
INVESTIGADOR: Autor del Proyecto

Análisis:

En lo que se refiere a los servicios que deberían existir dentro del parque tenemos que el 19% de los encuestados prefieren la presencia de un patio de comidas rápidas o que llamaría más la atención del centro ya que a la vez que se crea la necesidad de visitar el

parque de miniaturas estaremos satisfaciendo una necesidad como es el de alimentarse sea esta la hora que sea.

Otro 15% de los encuestados considera que un servicio importante dentro del parque de miniaturas es la presencia de un centro de enfermería ya que en ninguno de los otros posibles centros de distracción o recreación no lo hay y su presencia sería fundamental al estar en un sitio un poco alejado del centros médicos y de auxilio inmediato; en cuanto a artesanías y comidas típicas tenemos que estos dos servicios con un 14% de elección de los encuestados se considera una alternativa a la variedad de alimentación ya que en fines de semana esta podría ser abierta a cenas familiares y la tienda de artesanías referente a cada una de las culturas o regiones de nuestro país es uno de los ideales recuerdos tanto para niños y adultos que visiten el parque, otro alternativa importante para los encuestados con un 13% es la presencia de una heladería la cual podría ser una gran oportunidad para ofrecer a los visitantes del parque de miniaturas conocer los tradicionales helados de las diferentes regiones de nuestro país y sus dulces realizando la particularidad de cada sección de la heladería con su correspondiente parte del país.

Como no podemos dejar la tecnología a un lado un segmento importante de los encuestados, con un 11% considera que la presencia de un ciber-café es un ideal complemento para el parque de miniaturas ya que la presencia de personas para conjugar temas académicos – culturales - de investigación y recreación suplirían esta necesidad que permita la comunicación inmediata en un mundo globalizado como el de hoy.

Un grupo importante de encuestados con un 9% piensan que una tienda de recuerdos dentro del parque es de gran importancia ya que así se tendría algo muy diferente a las artesanías estaríamos llevándonos a formar parte del parque creando sentimientos de pertenencias y a la vez creando valores de unidad nacional.

Con un 5% los encuestados piensan que otro servicio complementario sería la presencia de un micro mercado con la tendencia de que las personas que se acerquen al parque a más de visitarlos por recreación o distracción tengan motivo más para este mismo que sea el de compras.

GRÁFICO N°7



FUENTE: Investigación de Mercado
INVESTIGADOR: Autor del Proyecto

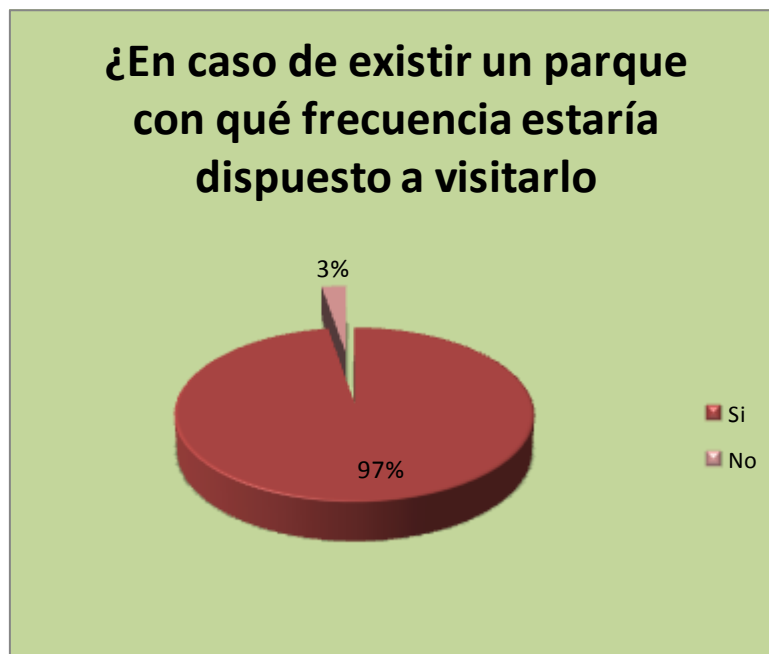
Análisis:

En el presente cuadro podemos ver que la mayoría de las personas es decir un 40% de estas considera que pueden gastar de \$10 a \$20 dólares lo que es muy positivo ya que

los diferentes servicios que presenta este parque hacen que se sujeten a este promedio de gasto.

Un 23% de los de los encuestados creen que su capacidad de gasto en un poco inferior entre \$5 a \$10 dólares, lo cual tampoco es malo pero que asegura el consumo de servicios complementarios.

GRÁFICO N°8

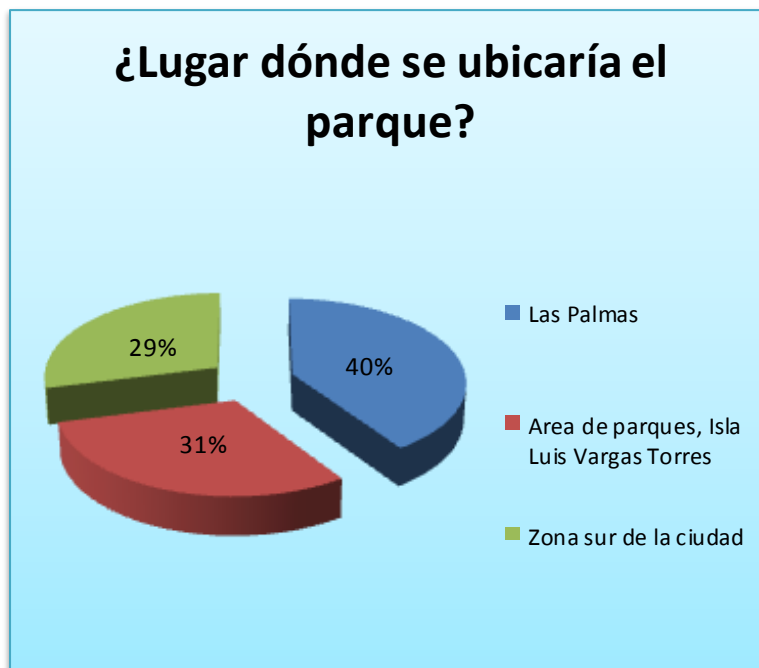


FUENTE: Investigación de Mercado
INVESTIGADOR: Autor del Proyecto

Análisis:

Es notorio ver que la mayoría de los encuestados estaría en condiciones visitar en casos de existir el parque de miniaturas ya que muy a parte de de la conducta del consumidor este tipo de servicios es una gran novedad dentro de la colectividad esmeraldeña.

GRÁFICO N°9



FUENTE: Investigación de Mercado
INVESTIGADOR: Autor del Proyecto

Análisis:

En lo que se refiere a su ubicación considerando el 41% de los encuestados prefiere el sector de Las Palmas sea este por ser un sector conocido donde hay gran concentración de masas en fines de semanas o como un potencial atractivo turístico debemos tener

presente, que dice otras posibilidades para la construcción del mismo, otro grupo importante considera con un 30% que la construcción del parque miniatura debería darse en un área de parques, Isla Luis Vargas Torres pero con el inconveniente de que es un área nueva para los visitantes y para los propios esmeraldeños quienes son los que visitarían este parque; otro grupo de encuestados con un 29% creen que la ubicación de este parque debería darse en la parte sur de la ciudad en la zona vía a Atacames lo que hace que en la actualidad tengamos que pensar en vías para movilizarnos tanto entre el centro de la ciudad y un lugar en vías de desarrollo como es la zona sur.

Proyección de la demanda

Según los datos obtenidos y aplicando la fórmula de regresión lineal, la demanda proyectada está dada de la siguiente manera:

TABLA N° 1

Proyección de la Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA FUTURA
2013	65038
2014	65982
2015	66925
2016	67868
2017	68812
2018	69755
2019	70699
2020	71642
2021	72586
2022	73529

FUENTE: Investigación de Mercado
INVESTIGADOR: Autor del Proyecto

En la proyección de la demanda, se muestra el crecimiento anual de la demanda insatisfecha para los 10 años que se elaboró la propuesta. Dando como resultado que

para el 2014, que sería el primer año de aplicación del proyecto, existirá una demanda insatisfecha para la asistencia al parque.

La tabla muestra la demanda futura, con un crecimiento a razón del 1,45%, que es la tasa de crecimiento poblacional según el INEC proyección 2010.³

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Aspectos Cualitativos

Competencia directa e indirecta

En la ciudad de Esmeraldas, este proyecto no cuenta con competencia directa ni indirecta, ninguno de los establecimientos antes mencionados son parques en miniaturas de atractivos turísticos, sin embargo son los únicos lugares frecuentados tanto por la familias y visitantes esmeraldeñas y extranjeras para distracción y recreación

Distribución geográfica de la competencia

Los diferentes lugares que brindan servicio de distracción y recreación en la ciudad de Esmeraldas son: El parque Roberto Luis Cervantes (Parque Infantil), el parque 20 de Marzo (parque central) y el parque Luis Tello (Las Palmas) donde se presta servicios de distracción y recreación de manera informal, por lo tanto no se los cataloga como una

³ http://www.inec.gob.ec/proyecciones_poblacionales/metodologia.pdf

competencia porque no brindan seguridad y servicios de alimentación con altos estándares porque son lugares de libre acceso y sin costo de ingreso.

También tenemos el Malecón de las Palmas, que es otra alternativa en la ciudad de Esmeraldas, sin embargo no se presenta como un competidor directo para este proyecto porque su potencial es la playa y los bares, que son visitados por las familias en la horas del día y en las noches para disfrutar de una merienda.

Productos que ofrece la competencia.

TABLA N° 2

Productos de la Competencia

SE ASUME COMPETENCIA DIRECTA	SE ASUME COMPETENCIA INDIRECTA
Alimentación	Servicio de alimentación
Alquiler de de carros a baterías	
Juegos Inflables	

FUENTE: Investigación de Mercado
INVESTIGADOR: Autor del Proyecto

Características de sus clientes.

Los parques donde acuden los clientes son centros de distracción para las familias esmeraldeñas y visitantes. Son áreas abiertas de concentración popular, libre acceso,

donde no existe seguridad y las personas que la visitan acuden en horas de las noches para degustar de una merienda, que se basa en comidas rápidas o parrilladas convirtiéndose este aspecto en una oportunidad ya que se vuelve una limitante puesto que la falta de seguridad en altas horas de la noche vuelve que la gente lo abandone.

Infraestructura.

La infraestructura que se presenta en los parques es moderna y llamativa con sus juegos de luces nocturnos que envuelven y recrean a niños, estos parques son de administración pública por lo cual el costo para su uso es gratuito, en cambio en el parque Roberto Luis Cervantes y el parque Las Palmas a más de contar con las mismas características se puede encontrar de manera informal una persona instala juegos eléctricos como “brincolines” los mismos que son boyas enormes aproximadamente de entre tres metros de ancho por cuatro de largo y una altura de cuatro metros y funcionan como toboganes de plásticos inflables el cual tienen un costo para su uso además del alquiler de carros a baterías y a pedales.

En cuanto al servicio de alimentación en el parque Roberto Luis Cervantes se encuentra definida un área de “campers” en el cual solo se encuentra comida rápida estas estructuras son para un uso modesto del cliente. Caso contrario el recientemente remodelado parque 20 de Marzo en el cual no encontraremos más que un área abierta con juegos de luces para distracción visual nocturna.

En el parque de Las Palmas podemos encontrar también “campers” de alimentación los mismos que no brindan una seguridad en la parte de alimentación ya que por el deterioro de algunos y al encontrarse en un área abierta es perceptible ver la contaminación entre el ambiente de la calle y el de la preparación de alimentos.

Fortalezas y debilidades de la considerada competencia.

TABLA N° 3

Fortalezas Y Debilidades

PRODUCTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>PARQUE ROBERTO LUIS CERVANTES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con gran variedad de servicios • El área e estructura es amigable. • Productos económicos • Ubicado en lugar estratégico, el centro la ciudad de Esmeraldas. • Abierto los siete días de la semana, 365 días al año. 	<ul style="list-style-type: none"> • Insalubridad. • Falta seguridad. • Juegos obsoletos. • No hay control al momento del uso de los juegos. • Presencia de indigentes. • Espacio para los niños inadecuados.

<p>PARQUES 20 DE MARZO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicado en lugar estratégico, el centro la ciudad de Esmeraldas. • Abierto los siete días de la semana, 365 días al año. 	<ul style="list-style-type: none"> • Baterías higiénicas. • Falta seguridad • Presencia de indigentes.
<p>PARQUE LUIS TELLO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicado estratégicamente. • Abierto los siete días de la semana, 365 días al año. 	<ul style="list-style-type: none"> • Baterías higiénicas. • Falta seguridad • No hay control al momento del uso de los juegos. • Presencia de indigentes. • Consumo de bebidas alcohólicas.

Medios de comercialización.

En cuanto a este aspecto, la comercialización en los tres parques se maneja en base a estrategias definidas como hacer conocer sus servicios puesto que estas áreas son de libre acceso y la complementan servicios de alimentación y de alquiler de juegos eléctricos en el caso del parque Las Palmas y el parque Roberto Luis Cervantes.

Aspectos cualitativos de la oferta

Oferta actual e histórica

Al no existir una competencia directa e indirecta que se relacione o sea semejante al servicio que se brinda con el parque de miniaturas de los principales atractivos turísticos del Ecuador tenemos que cuantificar una oferta 0, puesto que ni el parque Roberto Luis Cervantes, el parque 20 de Marzo y el parque Las Palmas ofertarían las características de los servicios que se ofertan.

Precio

En cuanto a los costos que gastan las personas al realizar sus visitas a los tres parques

OFERTA VS. DEMANDA			
AÑOS	OFERTA	DEMANDA	OFERTA - DEMANDA

antes mencionados y en base a las entrevistas de los dueños de “campers” y otros negocios se podría obtener un promedio de de gasto mínimo de \$6 por persona.

Análisis comparativo entre la oferta y demanda

Cuadro comparativo

TABLA N° 4

2013	0	65038	-65.038,21
2014	0	65982	-65.981,64
2015	0	66925	-66.925,07
2016	0	67868	-67.868,50
2017	0	68812	-68.811,92
2018	0	69755	-69.755,35
2029	0	70699	-70.698,78
2020	0	71642	-71.642,21
2021	0	72586	-72.585,63
2022	0	73529	-73.529,06

FUENTE: Investigación de Mercado
INVESTIGADOR: Autor del Proyecto

Al hacer la comparación entre la oferta y la demanda es notable ver que existe un mercado el cual no está siendo cubierto ya que el tipo de servicio que se oferta en el parque es único lo que hace que la oferta de este tipo sea cero y se tenga una gran demanda.

Determinación de la demanda del proyecto

Demanda del proyecto

TABLA N° 5

DEMANDA DEL PROYECTO					
AÑOS	DEMANDA ANUAL INSATISFECHA	% PARTICIPACIÓN	DEMANDA DEL PROYECTO		
			NÚMERO DE DEMANDANTES		
			ANUAL	MENSUAL	DIARIO
2014	65.038,21	56%	36.421	3.035	101
2015	65.981,64	56%	36.950	3.079	103
2016	66.925,07	56%	37.478	3.123	104
2017	67.868,50	56%	38.006	3.167	106
2018	68.811,92	56%	38.535	3.211	107
2019	69.755,35	56%	39.063	3.255	109
2020	70.698,78	56%	39.591	3.299	110
2021	71.642,21	56%	40.120	3.343	111
2022	72.585,63	56%	40.648	3.387	113
2023	73.529,06	56%	41.176	3.431	114

Fuente: Demanda del Proyecto
Elaborado: Autor del Proyecto

Partiendo de la demanda insatisfecha que se obtuvo en el análisis comparativo de la oferta y demanda potencial o futura, se puede establecer como meta a cubrir el 56% de ésta, para ello se consideraron varios factores como: el no tener una oferta establecida, además se decidió esta participación en el mercado por la innovación de la presentación del servicio que oferta el parque y todo lo que aquello conlleva a áreas seguras, modernas instalación, facilidades a los accesos, así como el registro de la marca del parque y todos los demás permisos de ley, factores que le faltan a los otros pequeños locales que se asumen como posible competencia, además de la campaña publicitaria y comercialización del servicio.

Una vez calculada la demanda insatisfecha y la participación de mercado para el proyecto, se establecen la producción por personas en el mercado anual, mensual y diario.

Precios

La determinación del precio del producto no es compleja dada ya que no se maneja una gran cantidad de variables para la determinación del mismo. Se tomará en cuenta también los objetivos financieros deseados. El precio se justifica también con los servicios diferenciados que nos se brindan en el parque de miniaturas.

Es así que el costo por derecho de ingreso al parque es de \$4.5 el cual tendrá derecho a uso de básico del recorrido guiado en el parque, acceso al área lúdica, canchas y patio de comidas.

Canales de comercialización

Dentro de los principales enfoques de comercialización son los convenios con agencias operadoras de turismo, líneas aéreas de la localidad, empresas, organizaciones e instituciones de la ciudad.

En cuanto a los convenios con los operadores de turismo que la inclusión del parque de miniaturas esté dentro de las rutas o paquetes que estos vendan estas agencias y por tal motivo dar un costo preferencial a los grupos enviado por estas agencias.

En cuanto a las aerolíneas de la localidad dar un 8% de descuento en todos los servicios que brinda el parque a todos nuestros clientes que se presenten con el pase de abordar de su vuelo de cualquier destino hacia Esmeraldas y el parque como tal brindar a la aerolínea el 25% de descuento a todos los empleados el momento que visiten el parque.

Con lo que son empresas, organizaciones e instituciones crear paquetes con un 8% de descuento al grupo que se entienda desea aplicar a algunos de nuestros recorridos y servicios.

Modelo de negocio.

Aliados estratégicos:

- Agencias de viajes locales y nacionales.
- Centros comerciales de la localidad.
- Unidades académicas.
- Instituciones u organizaciones del medio.
- Aerolíneas

Actividad:

- Comercialización
- Venta del producto

Propuesta de valor:

- Presentación del servicio.
- Actividad dentro de paquetes turísticos.
- Registro de marca

Relación cliente:

Entrevistas y diálogos con los clientes, acerca del comportamiento del consumidor final, del producto y de la rotación del mismo.

Recursos:

- Talento Humano
- Materiales
- Tecnológicos
- Financieros

Estructura de costos:

- Equipos
- Infraestructura física
- Tecnología
- Costos administrativos
- Costos indirectos del servicio

3.3. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1. ESTUDIO TÉCNICO

Determinación del tamaño óptimo

Con el estudio de mercado finalizado y conociendo el porcentaje de participación de mercado, es imperativo determinar la condiciones físicas y técnicas del lugar donde funcionaría el parque de miniaturas sobre los principales atractivos turísticos del Ecuador , de manera que se cumpla con los requerimientos de ley y garanticen que el producto será de excelente calidad.

De acuerdo con el estudio que se ha realizado habrá 65038 personas que demanden el servicio al año, el presente proyecto establece como objetivo cubrir el 56% de los mismos, esto se debe a que es un proyecto nuevo para el mercado y está en etapa de introducción, también a los recursos que se disponen en cuanto a capital, mano de obra, talento humano, materia prima y equipos.

Determinación de las medidas de las áreas a construir

Área de parqueo es de 1.608,90 m²

Áreas de miniaturas 3.251,13 m²

Áreas verdes 6.755,32 m²

Área administrativa y patios de comida 450m²

Determinación de los atractivos a ser construidos.

Dentro de los atractivos a construir son las Islas Galápagos, El centro Histórico de Quito y el Malecón de Guayaquil, los criterios en los cuales se basa la elección de estos es que los mismos son los productos turísticos del Ecuador dentro del Plan de Desarrollo Turístico al año 2020 (**PLANDETUR 2020**).

- **Producto Estrella:** Islas Galápagos, Patrimonio Natural de la Humanidad: Darwin ya lo dijo son única.

Ubicación en provincias: Galápagos

Líneas de producto destacadas:

Ecoturismo y Turismo de Naturaleza:

- Observación de Flora y Fauna

Turismo de Deportes y Aventura:

- Buceo de superficie y profundidad

- **Producto A:** Quito Patrimonio de la Humanidad. Toca el Cielo

Ubicación en provincias: Pichincha

Líneas de producto destacadas:

Turismo Cultural:

- Patrimonio Cultural de la Humanidad
- Mercados y Artesanías
- Turismo Religioso
- Turismo Urbano

Reuniones, Incentivos, Conferencias, Exposiciones:

- Convenciones y Congresos

- **Producto B: Guayaquil puerto principal y desarrollo urbano ejemplo de América.**

Ubicación en provincias: Guayas.

Línea de producto destacada:

Reuniones, Incentivos, Conferencias, Exposiciones – MICE-

- Convenciones y Congresos⁴

Localización óptima del proyecto

En esta etapa se procedió a realizar el micro y macro localización del parque de miniaturas, con la finalidad de lograr determinar con exactitud la ubicación idónea, así como determinar la distribución y ubicación estratégica de cada área y sus respectivas dimensiones.

Macrolocalización

Se determinó que el parque de miniaturas de los principales atractivos turísticos del Ecuador y las oficinas estará ubicado en la zona urbana de la ciudad y cantón de Esmeraldas.

⁴ <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Microlocalización

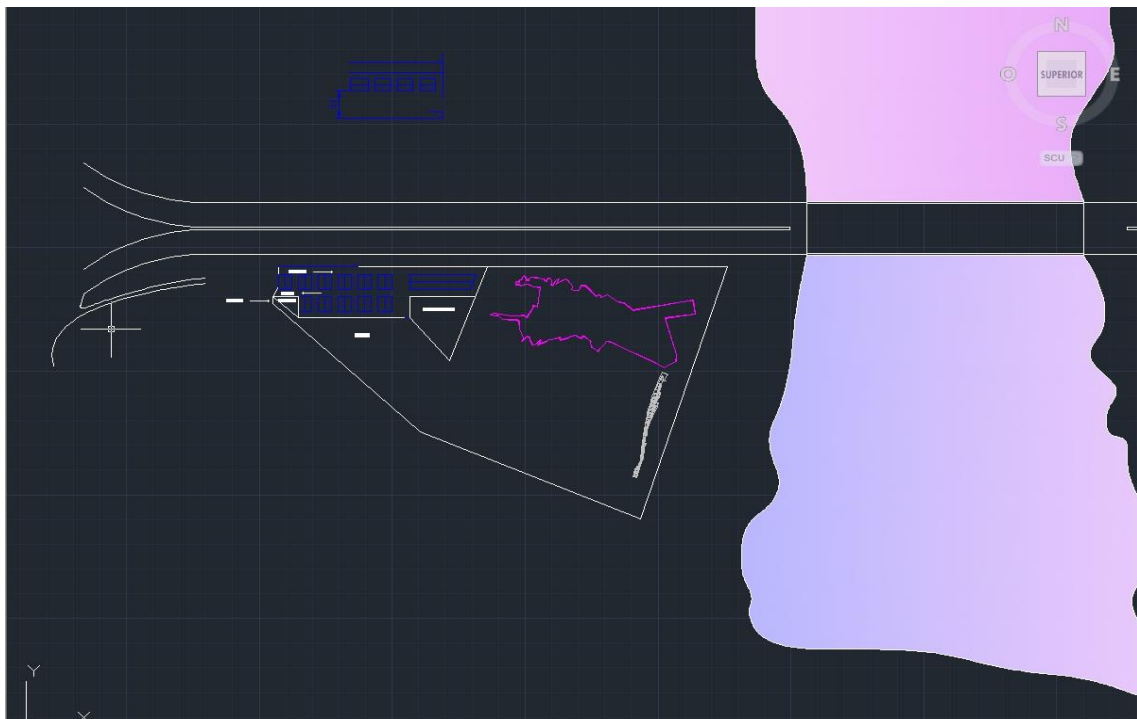
El parque de miniaturas y oficinas estarán ubicadas en el sector del puente que une a Esmeraldas con Tachina, en el desvío principal para el puente de norte a sur.

Esta es un área baldía la cual está dentro de los espacios que facilita el municipio para la construcción de este tipo de parques, anteriormente fue utilizada esta área como base de campamento del Cuerpo de Ingenieros del Ejército.

El área en la actualidad es baldía y cuenta con los accesos viales para la creación del parque de miniaturas.

IMAGEN N°1

Croquis del puente



3.2.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Diseño del producto

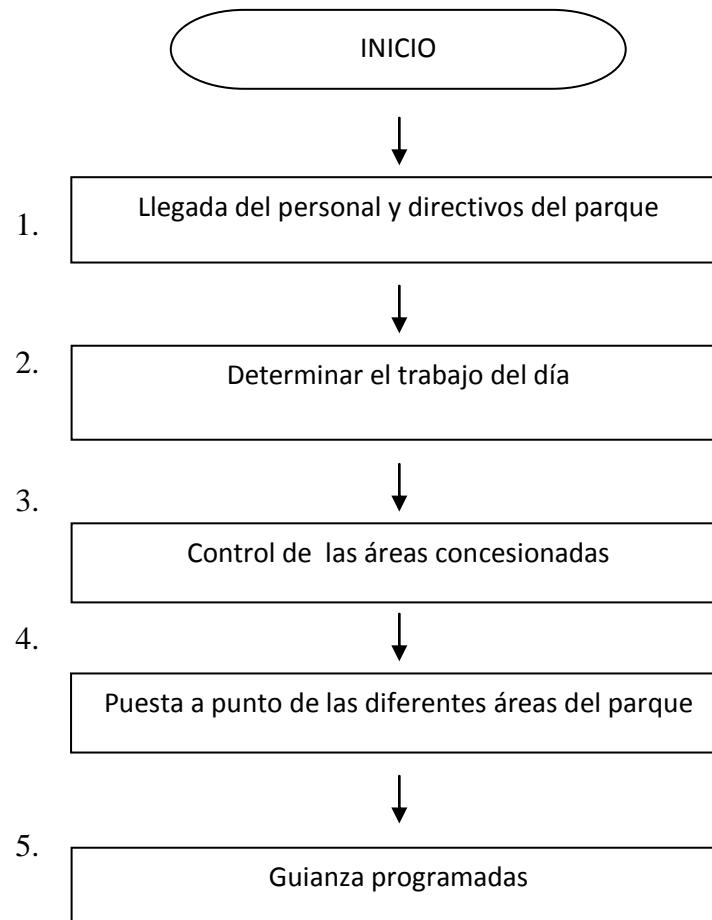
El parque de miniaturas de los principales atractivos turísticos del Ecuador será una empresa que se dedique a la comercialización del servicio. Cumpliendo con todos los permisos de funcionamiento y los requerimientos que garanticen la seguridad del servicio, además contará con el valor agregado propio de los cambios implementados en sus instalaciones, logrando causar mayor impacto en el cliente y en el consumidor final.

El personal con el que contará el parque de miniaturas será personal altamente calificado para brindar el servicio del parque, de la misma manera que el personal de las áreas administrativas, contables y de ventas, asegurando un excelente servicio al cliente y un servicio de calidad.

El parque de miniaturas de los principales atractivos del Ecuador se caracterizará por la calidad de sus servicios y su posicionamiento en el mercado, por la variedad de de los mismos, por las campañas publicitarias encaminadas a crear una nueva forma de recreación en las familias esmeraldeñas y visitantes.

Flujograma

DIAGRAMA DE BLOQUES



Manual general de procedimientos

- 1- Llegada del personal y directivos al parque: Todos los miembros de la organización llegarán a las 09:00, registrarán la hora de llegada en el reloj biométrico.
- 2- Determinación del trabajo del día: El director del parque coordinará el trabajo operativo y administrativo del parque para el trabajo del día.

- 3- Control de áreas concesionadas El director del parque será el responsable de verificar de que los servicios de las áreas concesionadas se presten de la mejor manera y vigilar que se cumpla con el orden de los convenios y contratos.

- 4- Puesta a punto de las diferentes áreas del parque: una vez que el personal de varios servicios ha realizado el correcto mantenimiento de limpieza en todas las áreas del parque se da el visto bueno para su uso

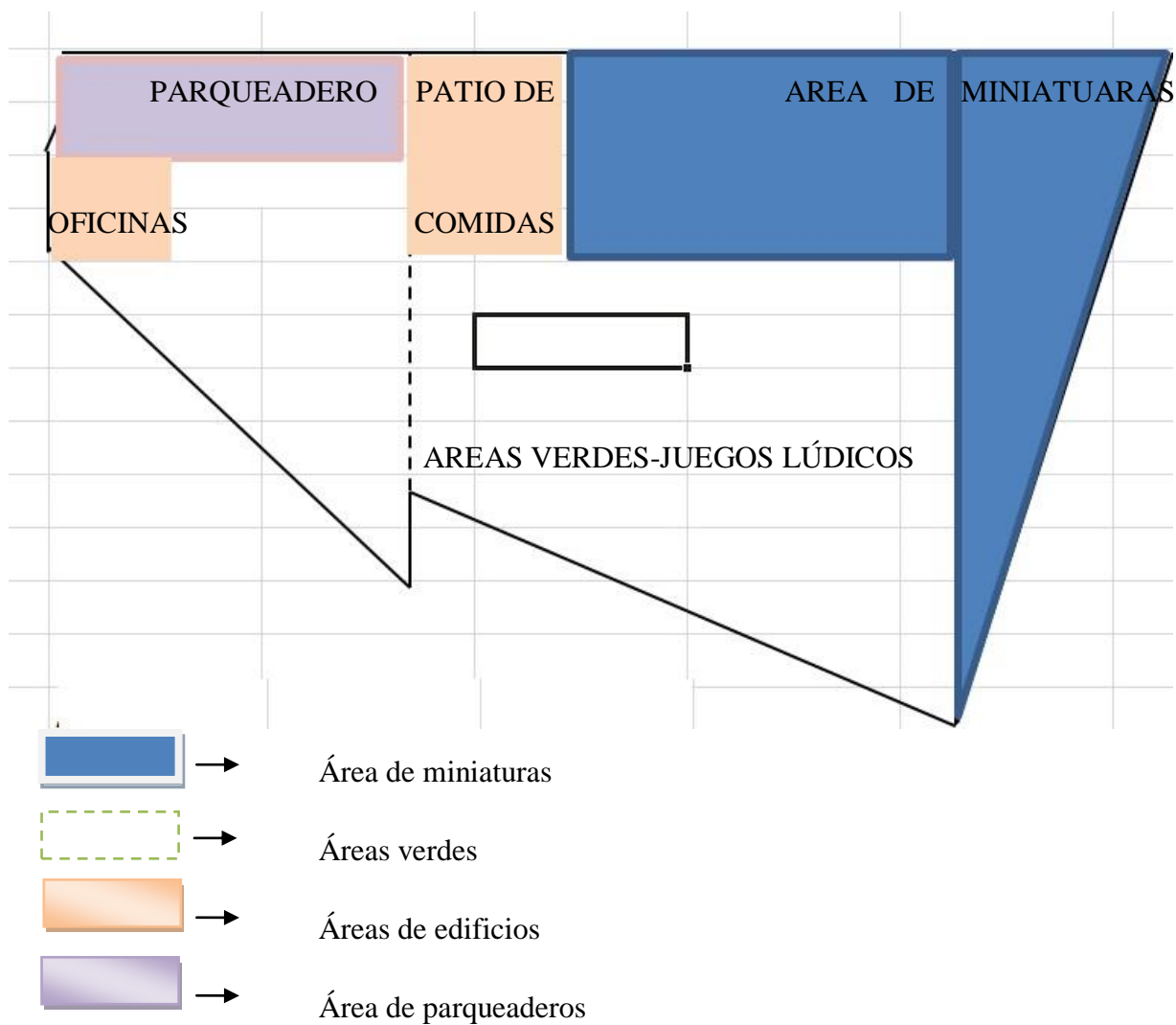
- 5- Guianza programada: los guías del parque estarán listos para realizar sus actividades de Guianza siendo el pilar fundamental para el desarrollo de la actividad del parque.

Descripción del proceso del servicio del parque.

- a. Venta del ticket.
- b. Explicación breve por parte de los guías de las secciones del parque.
- c. Recorrido por el área de las miniaturas.
- d. Presentación del área lúdica.
- d. Final del recorrido con la presentación del patio de comidas.

Distribución de las instalaciones

IMAGEN N°2



Ecuador Maravilloso SA., contará con un área de edificios los mismos que se distribuirán en oficinas y punto de recepción de clientes además de contar con un área de patio de comidas, así mismo se tendrá un parqueadero para mejor comodidad de las personas que lo visiten en vehículo propio, el área azul representa el área de las miniaturas.

Organización funcional y organigrama estructural

Organización Funcional



Puesto: Junta de Accionistas

Nivel: Primer Nivel

- Misión del Puesto

Tomar decisiones acertadas acerca de las directrices principales que guían el funcionamiento correcto de la empresa y que permitan el desarrollo y mejoramiento de la misma. Serán los encargados de elegir al gerente de la empresa para un periodo de tres años.

- Principales Funciones

- Aprobar reformas al contrato constitutivo y al estatuto, para lo cual se requerirá los votos de la mitad más uno para la aprobación.
- Aprobar las cuentas y los balances que presente el director del parque.
- Resolver el aumento o disminución del capital social, la fusión o transformación de la compañía, el cambio de nombre, la disolución anticipada y la prórroga del plazo de duración.
- Nombrar y remover de su cargo al director y a los empleados de la empresa.
- Fijar la remuneración del director, y de los empleados.
- Resolver sobre la forma de reparto de utilidades.
- Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios.
- Acordar la exclusión de socios, por las causales establecidas en la Ley.
- Disponer que se entablen las acciones legales correspondientes en contra de los administradores o gerentes, en caso de robo, hurto, malversación de fondos y bienes de propiedad de la empresa.
- Hacer conocer las normas de conducta a la buena marcha de la empresa.
- Acordar la venta o gravamen de los bienes inmuebles de la compañía.
- Acordar los reglamentos de la empresa.
- Fijar la clase y monto de las cauciones para los empleados bajo cuya responsabilidad están los bienes y valores de la compañía.

- Fijar el monto máximo para los actos y contratos que puede celebrar el director y de los que son privativos de la junta.

Puesto: Director del Parque

Nivel: Segundo Nivel

- Misión del Puesto

Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de Ecuador Maravilloso S.A., a fin de cumplir eficazmente los planes y objetivos estratégicos establecidos para el buen funcionamiento de la empresa.

- Principales Funciones

- Representar legalmente a la empresa judicial y extrajudicialmente.
- Conducir la gestión, los negocios y la marcha administrativa, económica y financiera de la empresa.
- Establecer los planes de marketing.
- Vigilar el desempeño de los empleados y servidores de la empresa.
- Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la empresa.
- Realizar los pagos por gastos administrativos.
- Realizar inversiones y adquisiciones hasta por la suma que le fije la junta general de socios, sin perjuicio en lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías.
- Reclutar y seleccionar e inducir al personal que trabajará en la empresa.
- Planificar las capacitaciones y todo lo concerniente al personal.
- Convocar a las reuniones de la junta general
- Subcontratar los procesos que la organización no esté en capacidad de afrontar.
- Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el registro mercantil.
- Suscribir con el presidente, las actas de las sesiones de junta general.
- Llevar los libros de actas y expedientes de las sesiones de junta general.
- Llevar las cuentas bancarias según sus atribuciones.

- Presentar a la junta general de socios el informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la Ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico.
- Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;
- Presentar a la junta general el proyecto de reformas al contrato social y al estatuto.
- Ejercer y cumplir las atribuciones, deberes, obligaciones y responsabilidades señalados expresamente en la Ley de Compañías, este estatuto y reglamentos de la compañía, y los que resuelva la junta general de socios.

Puesto: Secretaria(o)

Nivel: Cuarto Nivel

- Misión del Puesto

Facilitar en la empresa la comunicación; entre el director, mandos medios y con personas ajenas al establecimiento mediante la redacción, recepción y custodia de los documentos necesarios para el óptimo funcionamiento de la organización y adecuada interacción con el entorno que le rodea.

- Principales Funciones

- Organizar la comunicación en todos los niveles.
- Atender a las personas ajenas a la empresa que requieran información o guía.
- Redactar cartas, actas, estatutos, acuerdos, solicitudes y demás escritos que solicite el director.
- Extender las actas.
- Reservar y registrar reuniones de gerencia.
- Custodiar la información confidencial.
- Custodiar, archivar y manipular los documentos contables necesarios para la labor del profesional que será contratado por honorarios.
- Llevar un registro diario de las actividades en la agenda de la empresa.

- Administrar caja chica.

Puesto: Contador(a)

Nivel: Tercer Nivel

El contador (a), será contratados por honorarios según se acuerde con el profesional, sin embargo en el momento en el que la dirección y la junta de accionistas considere necesario contar con el profesional permanentemente, será agregado a la nómina.

- Principales Funciones:

- Elaborar la información financiera que refleja el resultado de la gestión.
- Examinar y evaluar los resultados de la gestión, con la finalidad de expresar una opinión objetiva sobre los estados financieros y la gestión que los generó apegados a una ética del ejercicio profesional.
- Diseñar sistemas de información (contable y gerencial) mejorándolos y documentándolos.
- Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permitan lograr mejoras.
- Llevar a cabo estudios de los problemas económicos y financieros que aquejen las empresas y las instituciones.
- Asesorar a la gerencia en planes económicos y financieros, tales como presupuestos.
- Asesorar en aspectos fiscales y de financiamientos sanos a la gerencia.
- Crear un banco de información básica que haga posible darle seguimiento económico actualizado a las instituciones, sus planes y cumplimiento de metas.

Puesto: Agente de ventas y comercialización

Nivel: Segundo Nivel

- Misión del Puesto

Coordinar y delegar las actividades propias del departamento, así como cumplir con las metas presupuestales de la empresa reducir gastos e incrementar ingresos en la empresa, asegurar la calidad del producto.

Principales Funciones:

- Captar nuevos mercados
- Incrementar las ventas de los servicios con una estrategia que no haga que pierda la empresa.
- Diseñar presupuestos de ventas y gastos del área.
- Aportar a la empresa para que tenga una rentabilidad. Medición y métodos del trabajo.
- Análisis, supervisión y control de las ventas de los servicios.
- Planeación y distribución de instalaciones.
- Verificar la higiene y seguridad empresa
- Control de Calidad.

Puesto: Guías

Nivel: Cuarto Nivel

- Misión del Puesto

Se encargará de realizar los recorridos guiados dentro del parque, realizando las operaciones a él encomendadas por el director, de manera que se cumplan con las objetivos dentro del servicio, con calidad.

Principales Funciones:

- Revisar e informar que todas y cada una de las áreas del parque estén en correcta estado para su funcionamiento.
- Verificar que todos los equipos a ser utilizados para el desarrollo de su actividad estén puesto a punto.
- Realizar limpieza del área que sea necesaria para el desarrollo de la actividad
- Realizar las Guianza programada en el parque cumpliendo con las normas.

Puesto: Auxiliar varios servicios

Nivel: Cuarto nivel

- Misión del Puesto

Precautelar y controlar la existencia de los materiales y utensilios que se emplean tanto para la limpieza de la empresa, como para la producción, además de desempeñar las actividades de limpieza en cada una de las áreas de la organización y colaborar en cualquier tarea encomendada.

- Principales Funciones

- Almacenar y ordenar los materiales para la limpieza de la empresa, y materiales que se utilizan en la empresa.
- Almacenar e inspeccionar el correcto funcionamiento del parque.
- Llevar un registro de la existencia de materiales de limpiezas;
- Reportar con antelación la poca existencia de materiales de limpieza.
- Mantener en buen estado los materiales.
- Mantener a la organización limpia y sin ningún tipo de suciedad.
- Sacar la basura en el momento apropiado.
- Realizar cualquier tarea que se le encomiende siempre y cuando este apegada a las actividades de la empresa.
- Optimizar los materiales de limpieza.

Razón social, logotipo y eslogan

Razón social

Se determina que la razón social será “Ecuador Maravilloso SA.”, mismo que resulta idea de tener las maravillas del Ecuador en miniatura. Para la identificación de la empresa y como imagen corporativa de la misma, se usará el nombre y logo publicitario a la entrada del parque, publicidad contratada a través de los medios de comunicación social, hojas con membretes para oficios, comunicaciones, reportes, facturas, balances y tarjetas de presentación.

IMAGEN N°4

Ecuador Maravilloso S.A.

LOGOTIPO DE LA EMPRESA

IMAGEN N°5



Logotipo de la Empresa

Elaborado por: Autor del proyecto

Eslogan de la empresa

El eslogan resalta y sintetiza lo que la empresa quiere hacer conocer con su servicio, por lo que el eslogan es “Ecuador a tus pies”.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

MISIÓN

Ecuador Maravilloso S.A., es una empresa de servicios de distracción y recreación dedicada a la venta y comercialización de su producto, que busca el rescate de valores de pertenencia y costumbre autóctono del Ecuador y en especial de la ciudad de Esmeraldas con un servicio de calidad, calidez y ubicación geográfica adecuada para los clientes o usuarios.

VISIÓN

Para 2017 Ecuador Maravilloso S.A. , será una empresa fortalecida, en busca permanente de nuevos servicios que permitan ofrecer un producto de calidad al mercado, teniendo a las familias esmeraldeñas y visitantes como principales protagonistas del desarrollo y crecimiento de la empresa.

Contará con nuevas atracciones en miniaturas del Ecuador, reafirmando el compromiso de rescatar las tradiciones y culturas propias del país y de Esmeraldas.

OBJETIVO GENERAL

Ofertar un servicio de distracción y recreación con altos niveles de calidad, involucrando personal debidamente calificado cumpliendo con los estándares de calidad con el propósito de posicionarnos en el mercado local como nacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el espacio físico, con una infraestructura adecuada que permita el desarrollo integral de las personas y de las actividades del servicio.
- Capacitar al personal para el desarrollo y crecimiento de la empresa.
- Posicionar la imagen de la empresa en la mente y percepción de los consumidores actuales y potenciales.

ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA

La empresa dentro de la ley de compañías está enmarcada como un SOCIEDAD ANONIMA. La misma que tiene como razón social Parque Recreacional Ecuador Maravilloso SA , ya que esta brindara servicios alternativo de turismo, enfocados a brindar alternativas de distracción a la colectividad esmeraldeños y visitantes.

Parque Recreacional Ecuador Maravilloso SA, cuenta con un capital inicial de 551.682 USD, equivalente a igual número de acciones. (1.00= una acción).

El mismo que lo conforman 20 socios, los mismos que tienen mismo número de acciones.

El objeto social.

La compañía anónima podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, seguro, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías.

Cabe indicar que además para implementar este proyecto se debe acercarse a la Cámara de Comercio para obtener la afiliación; al Municipio de la ciudad para obtener el permiso de funcionamiento; al Servicio de Rentas Internas para obtener el correspondiente RUC, y al Cuerpo de Bomberos para obtener el correspondiente permiso del Cuerpo de Bomberos. Para poder realizar todo lo anteriormente dicho se deben cumplir con los siguientes requisitos:

Cámaras de Comercio

Los requisitos para afiliar a una empresa con personería jurídica en la ciudad de Esmeraldas son los siguientes:

- Copia de resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Llenar de solicitud de afiliación.
- Copia de la Escritura de la Compañía.
- Copia de nombramiento del representante legal.
- Copia de cédula de identidad.
- Dos fotos tamaños carnet.
- Copia del RUC.

Municipio de Esmeraldas

Se debe asistir a esta institución con la finalidad que otorgue el permiso de funcionamiento, para lo cual se debe presentar:

- Solicitud de permiso de funcionamiento.
- Copia del RUC.
- Copia de cédula del representante legal.
- Papel de votación del representante legal.

Servicio de Rentas Internas

Para que la empresa pueda obtener el RUC, y sabiendo que la misma es considerada como una sociedad y se encontrará bajo el control de la Superintendencia de Compañías, se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Formulario RUC 01 A y RUC 01 B, suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia a color de cédula de identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal.
- Original del certificado de votación.
- Original y copia de la planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción; u,

- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior; u,
- Original y copia del contrato de arrendamiento.

Permisos del Cuerpo de Bomberos

Se deberán presentar los siguientes documentos:

- Dos copias de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- Copia del papel de votación del representante legal.
- Dos copias del RUC.
- Previa inspección del local.

ASPECTOS RELACIONADOS CON LA EMPRESA

Sistema tributario y legal

Obligaciones tributarias

Puesto que la organización que se espera crear será una compañía limitada y por lo tanto será considerada como una sociedad de tipo privado, se ha podido conocer que las obligaciones tributarias que este tipo de empresas contraen son las siguientes:

- Declaración mensual de IVA.
- Declaración de Retenciones en la fuente.
- Declaración de Impuesto a la Renta anual.
- Presentación de Anexo Transaccional.

- Presentación de anexo de relación de dependencia.

Además se debe conocer que según la Ley Orgánica de Régimen Municipal se debe cancelar las respectivas patentes municipales, la cual se establecerá en función del capital en giro, la localización, y el tamaño del negocio; cabe indicar que según la Ley de Control Tributario y Financiero toda organización está obligada a pagar un impuesto anual sobre el 1.5 por mil de los activos totales de la empresa en el Municipio respectivo.

Posteriormente, se deberá pagar el recargo del 12% del IVA, por la compra de materiales, insumos que se requieran para desempeñar las funciones, ya que éstos no son productos de primera necesidad.

Contratación laboral

Leyes que regulan la contratación del personal

Las leyes que regulan la contratación del personal, y todas las obligaciones que conlleva para con el empleador la contratación del mismo están estipuladas dentro del código de trabajo ecuatoriano.

Obligaciones patronales en caso de accidentes laborales

Según el código de trabajo todo empleado tiene derecho a indemnización por accidentes y enfermedades causadas por su trabajo, puesto que la empresa “Ecuador Maravilloso S.A.” afiliará a sus empleados al IESS se generará el derecho al otorgamiento de pensiones por accidentes de trabajo y enfermedad profesional.

En los casos de generarse derecho al otorgamiento de pensiones por accidente de trabajo o enfermedad profesional, hay responsabilidad patronal cuando:

El empleador no inscribió al trabajador ni pagó aportes al IESS antes de la ocurrencia del siniestro;

El empleador se encuentra en mora en el pago de aportes al momento del accidente de trabajo o al momento de la calificación de la enfermedad profesional o del cese provocado por ésta;

El empleador por sí o por interpuesta persona, no comunicó al IESS el siniestro, dentro de los 10 días laborables contados a partir de la fecha del accidente de trabajo o del diagnóstico de presunción inicial de la enfermedad profesional;

Si a consecuencia de las investigaciones realizadas por la unidades de Riesgos del Trabajo, se determina que el accidente de trabajo o enfermedad profesional ha sido causada por incumplimiento y/o inobservancia de las normas sobre prevención de riesgos de trabajo, aun cuando este al día en el pago de aportes; y,

Los aportes correspondientes a uno de los 12 meses de aportación, anteriores a la fecha del siniestro, fueron pagados con una extemporaneidad mayor de tres meses.

Valor de la indemnización

El valor actuarial de la renta a pagarse, cuando no inscribió al trabajador o se encuentre en mora al momento del accidente, y a consecuencia de las investigaciones ha existido inobservancia de las normas de prevención de riesgos.

El valor a un salario básico unificado cuando no se notificó oportunamente (10 días) el accidente.

Un valor entre 3 y 30 salarios básicos unificados por inobservancia de las normas de prevención.

El valor equivalente a la sumatoria de los aportes, pagados con una extemporaneidad mayor de tres meses, con un recargo del 20%.

Normas y procedimientos

Normas internas.

- La organización contará con un reglamento interno que regule el comportamiento de los empleados y por consiguiente se obtenga un excelente clima organizacional:
- Todo el personal de la organización deberá presentarse diariamente a sus labores, según el horario de trabajo establecido.
- Todo el personal deberá estar debidamente uniformado y pulcro.
- La organización funcionará todos los días, el personal administrativo laborará ocho horas diarias de lunes a viernes cumpliendo con las 40 horas semanales. El personal operativo en dos turnos diarios de seis horas cada uno.
- El personal operativo deberá laborar en sábados y domingos de igual manera en turnos de seis horas cada uno.
- En cuanto a la responsabilidad del parque en fines de semanas recaerá la responsabilidad sobre el director del parque turnándose con la segunda al mando dentro de la empresa.
- Todos los empleados deben checar su entrada según el programa de horario en la empresa, teniendo un periodo de 10 minutos como máximo para que no se les considere atraso, si por alguna causa no pueden llegar deberán avisar y la razón deberá ser justificada.
- Está prohibido leer revistas, periódicos o libros ajenos al trabajo durante horas de labor.
- Deberán mantener limpio y en buen estado sus lugares de trabajo.
- El teléfono y el internet es para cuestiones de trabajo, por lo que se debe utilizar lo menos posible en asuntos personales.

- Cada vez que algún empleado deba salir del local, deberá notificar al guardia, quien registrará la hora de salida y entrada del empleado.
- El equipo con el que labora cada empleado es responsabilidad suya por lo que deberá cuidarlo y mantenerlo en buenas condiciones.
- La última persona que salga del parque es responsable de cerrar y apagar las luces.
- Se deberá cuidar el comportamiento (vocabulario, vestido, etc.) dentro de la empresa.
- Debe existir un ambiente cordial de trabajo, por lo que en caso de haber algún mal entendido, se debe aclarar inmediatamente, ya sea entre los involucrados o con la intervención de un superior.
- Todo aquello que no está en este reglamento y que pudiera generar dudas o conflictos, deberá ser tratado directamente con el gerente.
- Estará prohibido que en la organización trabajen una pareja de esposos, o familiares de hasta segundo grado de consanguinidad o afinidad.
- Los vehículos se usarán exclusivamente al servicio de la organización no de ningún empleado en particular.

Procedimientos.

La empresa contará con ciertos procedimientos que rigen la relación con las distintas áreas de la empresa:

- **Pagos Menores:** La organización contará con una cantidad de dinero para financiar los gastos que se deriven de alguna emergencia, la cual deberá ser justificada y autorizada por el gerente, cada vez que los gastos han cubierto el 80% de dicha cantidad deberá hacerse una solicitud de cheque para reembolsarla; dicha solicitud deberá llevar adjuntas las notas o facturas que cubren los gastos debidamente llenadas con el nombre dirección y registro de la empresa, así como la firma del gerente y el IVA desglosado; las notas deberán ser pagadas sobre hojas y no deberán estar alteradas.

- Solicitud de Orden de Compra: Cuando se requiera de materiales, equipos o accesorios, etc.; la persona interesada deberá solicitar la compra a través de una solicitud, en la cual deberá indicarse la fecha, el nombre del solicitante y él, o los artículos requeridos, además de la(s) firma(s) de autorización.
- Solicitud de Cheque: Cada que se requiera hacer un pago ya sea por concepto de honorarios u algún otro gasto que no sea de emergencia, deberá solicitarse un cheque mediante una solicitud, en el cual se debe indicar la fecha, el nombre del beneficiario (a quien se le va a pagar), la cantidad y el concepto, además de la(s) firma(s) de autorización.
- Contratación de Personal: Un adecuado capital humano es imprescindible para el buen funcionamiento del negocio, por lo tanto es necesario dictar un procedimiento para que las contrataciones se hagan de una manera apropiada.
- Una vez que se tiene conocimiento de que una persona dejará de laborar en el negocio, el gerente deberá reclutar candidatos de acuerdo al puesto a cubrir, y los requisitos indispensables que deberá cumplir.
- El gerente debe reclutar candidatos, haciéndoles llenar una solicitud para conocer si se pueden postular al puesto.
- De acuerdo a lo anterior, el gerente procederá a entrevistarlos y en relación al cumplimiento de los requisitos previamente establecidos, aplicando su criterio deberá elegir a uno. En caso de que ninguno cubra satisfactoriamente el puesto se procederá hacer otro reclutamiento.
- Una vez elegida la persona se entrevistará con el gerente para que conozca un poco más respecto a la cultura y objetivos organizacionales, posteriormente se procederá al arreglo de los documentos y firma del contrato temporal.
- Al inicio de sus labores se le dará una pequeña inducción que consiste en presentarle al personal y las herramientas con las que va a trabajar a partir de ese momento.
- Después de tres meses de estar laborando se evalúa y en caso de calificar se le hace contrato definitivo.

PRÉSTAMO BANCARIO

Para obtener los recursos financieros necesarios para la puesta en marcha del proyecto se realizará un préstamo bancario a la CFN, puesto que esta institución tienen convenio para proyectos que son de servicios como el que se está realizando.

3.3 ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

TABLA N° 6

- Inversión fija o requerimientos

EQUIPOS INFORMATICOS

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
5	Unid.	COMPUTADORES	650,00	3.250,00
1	Unid.	IMPRESORA-COPIADORA	220,00	220,00
		TOTAL EQUIPOS INFORMATICOS		3.470,00

MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
5	Unid.	ESCRITORIOS PEQUEÑOS	220,00	1.100,00
5	Unid.	SILLONES	125,00	625,00
10	Unid.	SILLAS DE ESPERA	15,00	150,00
1	Unid.	VITRINA ARCHIVADOR	300,00	300,00
3	Unid.	ARCHIVADOR DE GAVETA DE 4 CAJONES	210,00	630,00
		TOTAL MUEBLES DE OFICINA		2.805,00

EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	Unid.	CAJA REGISTRADORA	350,00	350,00
5	Unid.	TELEFONO CONVENCIONAL	25,00	125,00
1	Unid.	TELEFONO FAX	187,00	187,00
		TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		662,00

EDIFICIO

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1.608,90	M2	AREA DE PARQUEO	47,31	76.117,06
3.251,13	M2	AREA DE MINIATURAS	60,57	196.920,94
6.755,32	M2	AREAS VERDES	14,47	97.749,48
450,00	M2	AREA ADMINISTRATIVA Y PATIO DE COMIDAS	280,00	126.000,00
		TOTAL EDIFICIO		496.787,48

TERRENO

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1		TERRENO	12.100,00	12.100,00
		TOTAL TERRENO		12.100,00

SUMINISTROS DE OFICINA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
		NO FUNGIBLES		-
4	UNIDAD	GRAPADORA	4,50	18,00
4	UNIDAD	PERFORADORA	8,50	34,00
1	UNIDAD	SACAPUNTA DE ESCRITORIO	10,50	10,50
4	UNIDAD	PORTA CLIP	1,10	4,40
4	UNIDAD	TIJERA	2,20	8,80
4	UNIDAD	REGLA PLASTICA	0,22	0,88
1		VARIOS	15,00	15,00
		TOTAL NO FUNGIBLES		91,58
		FUNGIBLES		
2	RESMAS	HOJAS A 4	3,80	7,60
6	UNIDAD	ESFEROGRAFICOS	0,35	2,10
2	UNIDAD	GOMA	1,80	3,60
5	CAJA	GRAPAS	1,75	8,75
6	UNIDAD	CARPETA ARCHIVADOR IDEAL	1,90	11,40
25	UNIDAD	CARPETAS MANILA	0,25	6,25
3	UNIDAD	LIQUID PAPER	0,70	2,10
		VARIOS		
		TOTAL FUNGIBLES		41,80
		TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA		133,38

TABLA N° 7

SUMINISTROS DE LIMPIEZA

CANT.	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
		NO FUNGIBLES		
6	Unid.	ESCOBAS	2,00	12,00
3	Unid.	TRAPEADOR	3,00	18,00
4	Unid.	TACHOS DE BASURA	8,00	24,00
		TOTAL NO FUNGIBLES		54,00
		FUNGIBLES		
5	PAQUETE	FUNDAS DE BASURA GRANDES 10 *1	1,20	6,00
5	GALON	CRESO	9,00	45,00
5	GALON	COLORO	4,50	22,50
4	KILOS	DETERGENTES	3,25	13,00
5	GALON	DESINFECTANTE	8,50	42,50
		TOTAL FUNGIBLES		129,00
		TOTAL DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA		183,00

Gastos de Permisos y Jurídicos	
Honorarios de abogado	300,00
Permisos municipales	50,00
OTROS	60,00
TOTAL PERMISOS Y GASTOS JURIDICOS	
	410,00

TOTAL INVERSION FIJA

516.550,86

- Requerimiento del recurso humano

• TABLA N° 8

ROL PROYECTADO											
	REMUNERACION MINIMA UNIFICADA	318,00	PORCENTAJE DE LIQUIDACION				25%				
N°	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	IESS PATRONAL 12,15%	TOTAL SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL	
1	ADMINISTRADOR	550,00	550,00	45,83	26,50	45,83	22,92	66,83	757,91	9.094,90	
1	SECRETARIA - RECEPCIONISTA	350,00	350,00	29,17	26,50	29,17	14,58	42,53	491,94	5.903,30	
1	CONTADOR	300,00	300,00	25,00	26,50	25,00	12,50	36,45	425,45	5.105,40	
6	GUIAS/CAJEROS	350,00	2.100,00	175,00	159,00	175,00	87,50	255,15	2.951,65	35.419,80	
6	AUX VARIOS SERVICIOS	318,00	1.908,00	159,00	159,00	159,00	79,50	231,82	2.696,32	32.355,86	
1	AGENTE DEVENTAS - COMERCIALIZAION	420,00	420,00	35,00	26,50	35,00	17,50	51,03	585,03	7.020,36	
				-		-	-	-	-	-	
				-		-	-	-	-	-	
16	TOTAL	2.288,00	5.628,00	469,00	424,00	469,00	234,50	683,80	7.908,30	94.899,62	
	SUELDO MENSUAL	5.628,00									
	APORTE IESS PATRONAL	683,80									
	GASTO MENSUAL DE SUELDOS	6.311,80									

Esto es el requerimiento del recurso humano que se necesita y son los valores que reciben los trabajadores durante el año considerando sueldos y los diferentes beneficios de Ley. Como se podrá observar está el valor mensual y el valor anual.

- **Resumen de inversión fija**

- TABLA N° 9

RESUMEN DE INVERSION INICIAL FIJA			
DESCRIPCION			TOTAL
EQUIPOS INFORMATICOS			3.470,00
MUEBLES Y ENSERES			2.805,00
EQUIPOS DE OFICINA			662,00
EDIFICIO			496.787,48
TERRENO			12.100,00
SUMINISTROS DE OFICINA			133,38
SUMINISTROS DE LIMPIEZA			183,00
Gastos de Permisos y Jurídicos			410,00
GASTOS OPERACIONALES	3	11.710,36	35.131,07
TOTAL INVERSION INICIAL			551.681,93

En los gastos operacionales podemos observar que ponemos un apoyo por tres meses hasta que el negocio se estabilice económicamente como nota relevante y adjunto en el cuadro vemos información sobre los valores de equipos informáticos, de oficina, muebles y enseres, terreno, edificio, suministro de oficina y etc.

TABLA N° 10

- Fuentes financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO						
COSTO DE CAPITAL						
INVERSION INICIAL	551.681,93					
DESCRIPCION	APORTE DE CAPITAL	100%	TASA SISTEMA FINANCIERO	TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO	APORTE DE CAPITAL
APORTE PROPIO	275.840,96	0,500000	Tasa Pasiva	3,48	0,0348	0,01740
OTROS APORTES	220.672,77	0,400000	TASA ACTIVA		0	0,00000
PRESTAMO	55.168,19	0,100000	Tasa Activa	10,25	0,1025	0,01025
TOTAL INVERSION	551.681,93	0,600000		0,027650		
COSTO DE CAPITAL						2,77%

Este proyecto será financiado con fondos propios en un 90% que es el aporte de los socios y el 10% será financiado mediante crédito a la CFN.

TABLA N° 11

- Tabla de amortización gradual

METODO		CUOTA FIJA		12
CAPITAL	55.168,19	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUA	9,35%	PERIODOS	60	
PLAZO	5	AÑOS		
PAGOS ANUALES	12			
INTERES	0,78%	PAGO PERIODICO		1.154,59
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				55.168,19
1	1.154,59	429,85	724,74	54.443,45
2	1.154,59	424,21	730,39	53.713,06
3	1.154,59	418,51	736,08	52.976,98
4	1.154,59	412,78	741,82	52.235,16
5	1.154,59	407,00	747,60	51.487,57
6	1.154,59	401,17	753,42	50.734,15
7	1.154,59	395,30	759,29	49.974,86
8	1.154,59	389,39	765,21	49.209,65
9	1.154,59	383,43	771,17	48.438,48
10	1.154,59	377,42	777,18	47.661,30
11	1.154,59	371,36	783,23	46.878,07
12	1.154,59	365,26	789,34	46.088,73
TOTAL	13.855,14	4.775,68	9.079,46	
13	1.154,59	359,11	795,49	45.293,24
14	1.154,59	352,91	801,69	44.491,56
15	1.154,59	346,66	807,93	43.683,63
16	1.154,59	340,37	814,23	42.869,40
17	1.154,59	334,02	820,57	42.048,83
18	1.154,59	327,63	826,96	41.221,86
19	1.154,59	321,19	833,41	40.388,46
20	1.154,59	314,69	839,90	39.548,56
21	1.154,59	308,15	846,45	38.702,11
22	1.154,59	301,55	853,04	37.849,07
23	1.154,59	294,91	859,69	36.989,38
24	1.154,59	288,21	866,39	36.123,00
TOTAL	13.855,14	3.889,40	9.965,73	

25	1.154,59	281,46	873,14	35.249,86
26	1.154,59	274,66	879,94	34.369,92
27	1.154,59	267,80	886,80	33.483,12
28	1.154,59	260,89	893,71	32.589,42
29	1.154,59	253,93	900,67	31.688,75
30	1.154,59	246,91	907,69	30.781,06
31	1.154,59	239,84	914,76	29.866,30
32	1.154,59	232,71	921,89	28.944,42
33	1.154,59	225,53	929,07	28.015,35
34	1.154,59	218,29	936,31	27.079,04
35	1.154,59	210,99	943,60	26.135,43
36	1.154,59	203,64	950,96	25.184,48
TOTAL	13.855,14	2.916,62	10.938,52	
37	1.154,59	196,23	958,37	24.226,11
38	1.154,59	188,76	965,83	23.260,28
39	1.154,59	181,24	973,36	22.286,92
40	1.154,59	173,65	980,94	21.305,98
41	1.154,59	166,01	988,59	20.317,39
42	1.154,59	158,31	996,29	19.321,10
43	1.154,59	150,54	1.004,05	18.317,05
44	1.154,59	142,72	1.011,87	17.305,18
45	1.154,59	134,84	1.019,76	16.285,42
46	1.154,59	126,89	1.027,70	15.257,71
47	1.154,59	118,88	1.035,71	14.222,00
48	1.154,59	110,81	1.043,78	13.178,22
TOTAL	13.855,14	1.848,88	12.006,26	
49	1.154,59	102,68	1.051,91	12.126,31
50	1.154,59	94,48	1.060,11	11.066,20
51	1.154,59	86,22	1.068,37	9.997,82
52	1.154,59	77,90	1.076,70	8.921,13
53	1.154,59	69,51	1.085,08	7.836,05
54	1.154,59	61,06	1.093,54	6.742,51
55	1.154,59	52,54	1.102,06	5.640,45
56	1.154,59	43,95	1.110,65	4.529,80
57	1.154,59	35,29	1.119,30	3.410,50
58	1.154,59	26,57	1.128,02	2.282,48
59	1.154,59	17,78	1.136,81	1.145,67
60	1.154,59	8,93	1.145,67	-0,00
TOTAL	13.855,14	676,92	13.178,22	

Es la tabla de amortización que se va a aplicar al crédito que se vaya solicitar a la financiera o banco, la cual se construye bajo la modalidad de tabla fija, es decir que mientras los intereses bajan, el capital sube, considerándose una cuota de pago fija, se establece un tiempo de 60 meses a un interés del 9.35% donde el interés del préstamo mensual es de 0.78% , con pagos mensuales de capital e interés de \$ 1154.59 Como se puede observar la construcción de la tabla es considerada a 60 meses.

- Resumen de depreciaciones

TABLA N° 12

RESUMEN DE DEPRECIACIONES					
NOMBRE DEL ACTIVO	VIDA UTIL EN AÑOS	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR RESIDUAL
EQUIPOS INFORMATICOS	3	3.470,00	86,75	1.041,00	347,00
MUEBLES Y ENSERES	10	2.805,00	21,04	252,45	280,50
EQUIPOS DE OFICINA	10	662,00	4,97	59,58	66,20
EDIFICIO	20	496.787,48	1.862,95	22.355,44	49.678,75
TOTAL		503.724,48	1.975,71	23.708,47	50.372,45

NOTA: El valor residual equivale al 10% del costo del activo fijo.

Como se podrá observar aquí están las depreciaciones de los activos fijos que el parque de miniaturas utilizará para su operación de acuerdo al tipo de activo, donde se considera un valor residual o de salvamento, y se aplica un valor mensual y anual a ser depreciado, el mismo que aparecerá en los gastos mensuales operativos

TABLA N° 13

- Resumen de gastos mensuales

RESUMEN DE GASTOS MENSUALES		
DESCRIPCION	VALOR	TOTAL ANUAL
Sueldos	6311,80	75.741,62
Decimo tercer Sueldo	469,00	5.628,00
Decimo Cuarto Sueldo	424,00	5.088,00
Promoción	150,00	1.800,00
Publicidad	200,00	2.400,00
Planilla de luz	1894,66	22.735,94
Planilla de teléfono	41,22	494,64
Planilla de Agua	34,80	417,60
0	0,00	-
Mantenimiento y repuestos	40,00	480,00
Suministros de limpieza	45,00	540,00
Suministros de oficina	30,00	360,00
Depreciación de Activos Fijos	1975,71	23.708,47
Gastos de Permisos y Jurídicos	34,17	410,00
Otros gastos	60,00	720,00
TOTAL GASTOS MENSUALES	11.710,36	140.524,27

Aquí se consideran todos los costos operativos que generará el proyecto y que se han determinado en función de las necesidades y capacidad operativa del parque de miniaturas. Los sueldos, décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, promoción, servicios básicos y las depreciaciones vienen de los cuadros anteriormente analizados. Aquí se determina el gasto operativo mensual el cual se aplicará para los flujos en gastos anuales.

Cuadro de resumen de costos fijos y variables

TABLA N° 14

CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES						
DESCRIPCION	MENSUALES		TOTAL	ANUALES		TOTAL
	FIJOS	VARIABLES	MENSUAL	FIJOS	VARIABLES	ANUAL
Sueldos	6.311,80		6.311,80	75.741,62		75.741,62
Decimo tercer Sueldo	469,00		469,00	5.628,00		5.628,00
Decimo Cuarto Sueldo	424,00		424,00	5.088,00		5.088,00
Promoción	150,00		150,00	1.800,00		1.800,00
Publicidad	200,00		200,00	2.400,00		2.400,00
Planilla de luz	1.894,66		1.894,66	22.735,94		22.735,94
Planilla de teléfono	41,22		41,22	494,64		494,64
Planilla de Agua	34,80		34,80	417,60		417,60
	0	-	-	-	-	-
Mantenimiento y repuestos	40,00		40,00	480,00		480,00
Suministros de limpieza	45,00		45,00	540,00		540,00
Suministros de oficina	30,00		30,00	360,00		360,00
Depreciación de Activos Fijos	1.975,71		1.975,71	23.708,47		23.708,47
Gastos de Permisos y Jurídicos	34,17		34,17	410,00		410,00
Otros gastos	60,00		60,00	720,00		720,00
			-	-		-
			-		-	-
TOTAL	11.710,36	-	11.710,36	140.524,27	-	140.524,27

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO		
	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	13.500,00	162.000,00
COSTOS FIJOS TOTALES	11.710,36	140.524,27
COSTOS VARIABLES TOTALES	2.580,00	30.960,00
PUNTO DE EQUILIBRIO	14.477,09	173.725,06

Flujo neto proyectado-

TABLA N° 15

FLUJO NETO PROYECTADO PROYECTADO												
INDICE DE CRECIMIENTO	0,10	INDICE DE CRECIMIENTO DEL GAS 3%										
INGRESOS	AÑO 0	VIDA UTIL DEL PROYECTO										
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
Ingresos por servicios	13.500,00	162.000,00	183.870,00	208.692,45	236.865,93	268.842,83	305.136,61	346.330,06	393.084,61	446.151,04	506.381,43	3.057.354,96
Otros ingresos	6.000,00	72.000,00	81.720,00	92.752,20	105.273,75	119.485,70	135.616,27	153.924,47	174.704,27	198.289,35	225.058,41	1.358.824,43
TOTAL INGRESOS		234.000,00	265.590,00	301.444,65	342.139,68	388.328,53	440.752,89	500.254,53	567.788,89	644.440,39	731.439,84	4.416.179,39
EGRESOS												-
COSTOS DE PRODUCCION												-
costos servicios	2.580,00	23.220,00	31.888,80	32.845,46	33.830,83	34.845,75	35.891,13	36.967,86	38.076,89	39.219,20	40.395,78	347.181,70
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCION		23.220,00	31.888,80	32.845,46	33.830,83	34.845,75	35.891,13	36.967,86	38.076,89	39.219,20	40.395,78	347.181,70
UTILIDAD BRUTA		210.780,00	233.701,20	268.599,19	308.308,85	353.482,78	404.861,76	463.286,67	529.711,99	605.221,19	691.044,06	4.068.997,68
GASTOS OPERACIONALES												-
Sueldos	6.311,80	75.741,62	83.315,79	91.647,37	100.812,10	110.893,31	121.982,64	134.180,91	147.599,00	162.358,90	178.594,79	1.207.126,42
Decimo tercer Sueldo	469,00	5.628,00	6.190,80	6.809,88	7.490,87	8.239,95	9.063,95	9.970,35	10.967,38	12.064,12	13.270,53	89.695,83
Decimo Cuarto Sueldo	424,00	5.088,00	5.596,80	6.156,48	6.772,13	7.449,34	8.194,27	9.013,70	9.915,07	10.906,58	11.997,24	81.089,62
Promoción	150,00	1.800,00	1.836,00	1.872,72	1.910,17	1.948,38	1.987,35	2.027,09	2.067,63	2.108,99	2.151,17	19.709,50
Publicidad	200,00	2.400,00	2.448,00	2.496,96	2.546,90	2.597,84	2.649,79	2.702,79	2.756,85	2.811,98	2.868,22	26.279,33
Fondo de Reserva		-	6.190,80	6.809,88	7.490,87	8.239,95	9.063,95	9.970,35	10.967,38	12.064,12	13.270,53	84.067,83
Planilla de luz	1.894,66	22.735,94	23.190,66	23.654,48	24.127,57	24.610,12	25.102,32	25.604,37	26.116,45	26.638,78	27.171,56	248.952,24
Planilla de teléfono	41,22	494,64	504,53	514,62	524,92	535,41	546,12	557,04	568,19	579,55	591,14	5.416,17
Planilla de Agua	34,80	417,60	425,95	434,47	443,16	452,02	461,06	470,29	479,69	489,28	499,07	4.572,60
0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mantenimiento y repuestos	40,00	480,00	489,60	499,39	509,38	519,57	529,96	540,56	551,37	562,40	573,64	5.255,87
Suministros de limpieza	45,00	540,00	550,80	561,82	573,05	584,51	596,20	608,13	620,29	632,70	645,35	5.912,85
Suministros de oficina	30,00	360,00	367,20	374,54	382,03	389,68	397,47	405,42	413,53	421,80	430,23	3.941,90
Depreciación de Activos Fijos	1.975,71	23.708,47	23.708,47	23.708,47	23.708,47	23.708,47	23.708,47	23.708,47	23.708,47	23.708,47	23.708,47	237.084,67
Gastos de Permisos y Jurídicos	34,17	410,00										410,00
Otros gastos	60,00	720,00	734,40	749,09	764,07	779,35	794,94	810,84	827,05	843,59	860,47	7.883,80
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION		140.524,27	155.549,80	166.290,16	178.055,68	190.947,91	205.078,50	220.570,29	237.558,35	256.191,25	276.632,40	2.027.398,61
Gastos Financieros												-
Intereses sobre préstamos bancarios		4.775,68	3.889,40	2.916,62	1.848,88	676,92	13.178,22	-	-	-	-	27.285,72
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		4.775,68	3.889,40	2.916,62	1.848,88	676,92	13.178,22	-	-	-	-	27.285,72
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		145.299,95	159.439,20	169.206,78	179.904,57	191.624,82	218.256,72	220.570,29	237.558,35	256.191,25	276.632,40	2.054.684,33
UTILIDAD OPERACIONAL		65.480,05	74.262,00	99.392,40	128.404,28	161.857,96	186.605,04	242.716,38	292.153,65	349.029,93	414.411,66	2.014.313,35
15% Participación trabajadores	15%	9.822,01	11.139,30	14.908,86	19.260,64	24.278,69	27.990,76	36.407,46	43.823,05	52.354,49	62.161,75	302.147,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		55.658,04	63.122,70	84.483,54	109.143,64	137.579,26	158.614,28	206.308,92	248.330,60	296.675,44	352.249,91	1.712.166,35
25% Impuesto a la Renta	25%	13.914,51	15.780,67	21.120,89	27.285,91	34.394,82	39.653,57	51.577,23	62.082,65	74.168,86	88.062,48	428.041,59
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS		41.743,53	47.342,02	63.362,66	81.857,73	103.184,45	118.960,71	154.731,69	186.247,95	222.506,58	264.187,43	1.284.124,76
Depreciación de Activos fijos		23.708,47	23.708,47	23.708,47	23.708,47	23.708,47	23.708,47	23.708,47	23.708,47	23.708,47	23.708,47	237.084,67
INVERSION INICIAL	-551.681,93											-
PRESTAMO BANCARIO	55.168,19											-
AMORTIZACION DE DEUDA		-9.079,46	-9.965,73	-10.938,52	-12.006,26	-13.178,22	-	-	-	-	-	-55.168,19
FLUJO NETO	-496.513,74	56.372,54	61.084,75	76.132,61	93.559,94	113.714,69	142.669,18	178.440,16	209.956,42	246.215,05	287.895,90	1.466.041,23
												-
												-
												-
		24,09%	23,00%	25,26%	27,35%	29,28%	32,37%	35,67%	36,98%	38,21%	39,36%	3,12

- Indicadores de evaluación del proyecto

TABLA N° 16

INDICADORES DE EVALUACION DEL PROYECTO							
INVERSION INICIAL		-551.681,93		TASA MENOR	TASA DE INCERTIDUMBRE		TASA MAYOR
TASA PASIVA REFERENCIAL		3,48%					
TASA ACTIVA REFERENCIAL		10,25%		0,0277	0,1000		0,1277
VIDA UTIL PROYECTO		10	AÑOS	2,765%	10,00%		12,77%
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO	FLUJO PRESENTE NETO ACUMULADO	FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO 7,59%	FLUJO PRESENTE NETO ACUMULADO		FLUJO PRESENTE NETO 17,59
0	-551.681,93						
1	56.372,54	56.372,54	0,9730940	54.855,77	-495.309,39	0,8868	49.991,16
2	61.084,75	117.457,29	0,9469118	57.841,88	-434.224,64	0,7864	48.037,92
3	76.132,61	193.589,90	0,9214342	70.151,19	-358.092,03	0,6974	53.094,28
4	93.559,94	287.149,84	0,8966420	83.889,78	-264.532,09	0,6184	57.861,89
5	113.714,69	400.864,53	0,8725169	99.218,00	-150.817,40	0,5484	62.365,58
6	142.669,18	543.533,71	0,8490410	121.131,98	-8.148,22	0,4864	69.387,98
7	178.440,16	721.973,87	0,8261966	147.426,66	170.291,94	0,4313	76.961,29
8	209.956,42	931.930,28	0,8039669	168.798,02	380.248,36	0,3825	80.303,52
9	246.215,05	1.178.145,33	0,7823354	192.622,74	626.463,41	0,3392	83.511,38
10	287.895,90	1.466.041,23	0,7612858	219.171,06	914.359,30	0,3008	86.594,88
	1.466.041,23						
INDICADORES DE EVALUACION DEL PROYECTO							
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO				1.215.107,06	668.109,88		
INVERSION INICIAL				551.681,93	551.681,93		
VAN				663.425,13	116.427,95		
PRC				4,5402			
TIR				14,89%			
R.C.B.				2,66			

TABLA N° 17

ANALISIS DE SENSIBILIDAD			
	PLANTEADO	PESIMISTA - 20%	OPTIMISTA 30%
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO	1.215.107,06	821.786,53	1.579.639,18
INVERSION INICIAL	551.681,93	551.681,93	551.681,93
VAN	663.425,13	270.104,60	1.027.957,25
PRC	6,5000	8,0000	4,5000
TIR	14,89%	9,99%	17,22%
R.C.B.	2,66	1,80%	3,45%

En cuanto a lo planteado al proyecto hacemos un análisis de sensibilidad donde ubicando un escenario donde los ingresos disminuyen en un 20% es notorio que el periodo de retorno del capital aumenta en ocho años donde la relación costo beneficio es baja ya que por cada dólar invertido estamos recuperando 1.8 dólares, pero en el escenario de optimismo donde los ingresos aumentan en un 30% el periodo de retorno de capital es más corto siendo de cuatro años y medio y por cada dólar invertido 3.45 dólares.

Análisis del estudio económico-financiero

- La estructura financiera que establece el proyecto es muy sólida, posibilitando que la empresa pueda cubrir a futuro sus posibles deudas con terceros y generar utilidades.
- Según los índices financieros es factible la implementación del parque de miniaturas, pues se obtiene un VAN de \$ 663.425,13. Esto implica que una vez cubiertos el egreso inicial y los costos financieros del proyecto, quedan como remanente (\$ 663.425.13), una TIR del 14,89%, una relación costo beneficio de 2.66 lo que significa que por cada dólar que se invierte en el parque en miniatura se recuperan \$ 2.66 y un período de recuperación del capital de 6 años 5 meses 29 días, indicadores que demuestran la sostenibilidad del proyecto. Además existen facilidades para el acceso a créditos de compra y para capital de trabajo.
- La tasa interna de retorno de un proyecto de inversión, es aquella tasa de descuento que logra igualar el valor actual de la corriente de beneficios netos, con el valor actual de la corriente neta de costos, dicho de otra forma, es aquella tasa de descuento que logra que el VAN del proyecto sea cero.
- En el presente proyecto la TIR es del 14.89% que frente a nuestra tasa de corte del 9,35% representa un resultado positivo, para hacer viable el proyecto.
- El valor actual neto es uno de los métodos básicos que toma en cuenta la importancia de los flujos de efectivo en función del tiempo. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo. La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo del cual los proyectos de inversión no deben efectuarse.
- El valor actual neto es positivo porque es $>$ que cero, lo que quiere decir que los flujos generados por el proyecto y traídos al valor presente a una tasa de costo de capital del 2,77% que cubre la inversión inicial al séptimo año y nos deja un saldo positivo de USD \$ 82.833,31.

- La inversión se recuperaría en un período de 6 años 5 meses 29 días, lo que se considera un tiempo adecuado para el retorno de la inversión de un proyecto de esta importancia para el sector turístico.

3.5 IMPACTOS DEL PROYECTO

Análisis del impacto del proyecto

Para éste proyecto se determinaron tres impactos socio-cultural, económico y ambiental, los cuales fueron analizados para dejar en evidencia las huellas positivas o beneficios que el proyecto va a generar en los diferentes ámbitos, los mismos que para una mejor interpretación se los analiza sobre la base de matrices de impactos que tiene la siguiente estructura y metodología.

Para lograr una adecuada interpretación se estableció rango o niveles de impacto que van con valores numéricos desde -3 hasta +3, de acuerdo a la siguiente tabla.

TABLA # 18

Parámetros de Calificación del Impacto

NIVEL DE IMPACTO	INTERPRETACIÓN
-3	Alto Negativo
-2	Mediano Negativo
-1	Bajo Negativo
0	No hay Impacto
1	Bajo Impacto
2	Medio Positivo
3	Alto Positivo

Elaborado: Autor del Proyecto

Dónde se consideró a -3 como alto negativo, a +3 como alto positivo y cero dónde no hay impacto.

Impactos socio-cultural, económicos y ambientales

Se elaboró una matriz en la que se ubicó horizontalmente el rango de impactos establecidos en el cuadro anterior y verticalmente se colocaron una serie de indicadores que determinen el nivel de impacto y se le asignó un valor para cada indicador, para luego realizar la sumatoria total que será dividida para el número de indicadores que nos permitió encontrar el nivel de impacto.

TABLA # 19

Impacto Socio-Cultural

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Socialización con la comunidad						x	
Mejor calidad de vida							x
Solución de problemas domésticos						x	
TOTAL						4	3

Elaborado: Autor del Proyecto

$$\text{SITUACIÓN SOCIO-CULTURAL} = \frac{\text{E}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{SITUACIÓN SOCIO-CULTURAL} = \frac{7}{3} = 2.33$$

ANÁLISIS:

El impacto socio-cultural del proyecto es medio positivo, por lo que se podría decir que dentro del aspecto social se va a crear un mejor ambiente y mejor servicio, por el aporte que generará el proyecto a los diferentes sectores, donde se encuentran ubicados parques de la ciudad.

TABLA # 20

Impacto Económico

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Dinamización el Aparato Económico						x	
Fuentes de empleos							x
Generación de Utilidades							x
TOTAL						2	6

Elaborado: Autor del Proyecto

$$\text{SITUACIÓN ECONÓMICA} = \frac{\text{E}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{SITUACIÓN ECONÓMICA} = \frac{8}{3} = 2.67$$

ANÁLISIS:

El impacto económico será alto positivo pues generará fuente de empleo en la ciudad, y a la vez ayudará a muchos proveedores locales o nacionales a incrementar sus ventas; pues algunos proveedores son de otras provincias.

TABLA # 21

Impacto Ambiental

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Creación de ruido						2	
Emanación de gases tóxicos							3
Producción de desechos							3
TOTAL					1	4	3

Elaborado: Autor del Proyecto

$$\text{SITUACIÓN AMBIENTAL} = \frac{\text{E}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{SITUACIÓN AMBIENTAL} = \frac{8}{3} = 2,67$$

ANÁLISIS:

El impacto ambiental sería medio positivo, lo que indicaría que Ecuador Maravillo S.A., por la naturaleza de su servicio, controla su nivel de riesgo, sin perjudicar ni al hombre, ni a la naturaleza en el que se perjudique la naturaleza, sería poco probable.

3.5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.5.1 CONCLUSIONES

- El estudio de mercado realizado deja en evidencia la existencia de un gran número de demandantes de éste servicio, ya que no existen empresas que se dedican a la prestación del mismo servicio, pero las que se asume como competencia que están limitadas a seguir atendiendo por la hora de cierre, esto se debe a factores de inseguridad, lo que nos abre un espacio de oportunidad para el proyecto.

Se comprobó que los posibles competidores directos de los demás parque de la ciudad de Esmeraldas no cuentan con una buena infraestructura, pero que están limitados geográficamente, y que funcionan en horarios intermitentes, lo que sesga la posibilidad de atender a una población que requiere ser satisfecha en sus necesidades de consumo.

Es importante mencionar el mercado en donde nos estamos dirigiendo para captar nuestros clientes potenciales es la población de entre 13 y 15 años de edad.

- En el estudio técnico se ha establecido que el Proyecto mantiene una infraestructura, acorde a las condiciones en que se realizarían los recorridos, la presentación de los servicios guardando las líneas de marca, la presencia y atención a los clientes, un equipo de personas que manejen los perfiles necesarios, y un estudio financiero que nos permita visualizar y conocer la posibilidad de una recuperación de la inversión en el menor tiempo posible, asegurando que los errores de proyección sean mínimos.
- La estructura financiera que establece el proyecto es muy sólida, posibilitando que la empresa pueda cubrir a futuro sus posibles deudas con terceros y generar utilidades.

Según los índices financieros es factible la implementación del parque de miniaturas, pues se obtiene un VAN de \$ 663.425,13. Esto implica que una vez cubiertos el egreso inicial y los costos financieros del proyecto, quedan como remanente (\$ 663.425.13), una TIR del 14,89%, una relación costo beneficio de 2.66 lo que significa que por cada dólar que se invierte en el parque en miniatura se recuperan \$ 2.66 y un período de recuperación del capital de 6 años 5 meses 29 días, indicadores que demuestran la sostenibilidad del proyecto. Además existen facilidades para el acceso a créditos de compra y para capital de trabajo.

3.5.2 RECOMENDACIONES

- Dentro del estudio de mercado se recomienda atender este gran número de demanda existente insatisfecha, ya que no existe un parque que cubra las necesidades y expectativas de este segmento de mercado, y es necesario que para la creación de cualquier tipo de proyecto, sea indispensable la investigación de campo, donde se pueda demostrar con mucha fiabilidad la opinión de los posibles demandantes, como pueda expresar sus necesidades y las condiciones en las que debe llegar el servicio, producto o atención. Las investigaciones deben ser bien analizadas y segmentadas para evitar que el error pueda dañar la proyección del proyecto.

Se debe considerar también, que una investigación de medios de comunicación es necesaria, para conocer la tendencia de los consumidores al canal de comunicación que localiza, pues es uno de los factores primordiales para saber utilizar la publicidad del producto.

- Se debe considerar principalmente, que los estudios técnicos tengan que ir bien definidos, para conocer con claridad el proceso de funcionamiento del negocio, tomando en consideración las diferentes áreas del proyecto a realizar, esto nos permite analizar el grado de eficiencia y efectividad de los procesos a ejecutar.

Verificar que se cumplan con todos los requerimientos y requisitos que se necesitan para que la empresa pueda funcionar sin ningún inconveniente.

- En cuanto a la evaluación económica-financiera se recomienda ejecutar este proyecto, sin embargo no solamente se debe considerar que un proyecto es viable por sus proyecciones, sino que también debe considerarse el grado de liquidez que este pueda generar en el proceso de su funcionamiento, a veces los proyectos aplican mucho al endeudamiento y pueden provocar desequilibrios de liquidez, llevando a comprometer el patrimonio total de la empresa. El presente proyecto desde el punto económico y financiero, es viable y dependerá de quienes lo deseen realizar si se realiza o no, para que este se ponga en marcha.

BIBLIOGRAFÍA

1. Baca Urbina, G. (2010). Evaluación de Proyectos. México DF: Interamericana Editores S.A. de C.V.
2. Abraham. G. (2011). Metodología y Técnica de Investigación. Quito- Ecuador: Tercera Edición,
3. Armijo M. Grueso Elena, Fundamento de la investigación Científica.
4. Bau M. (1970). Formulación y Evaluación de Proyectos, Finanzas y Desarrollo.
5. Barrezueta, D. C. (2009). Factibilidad para la creación de un Centro de Entretenimiento Electrónico. Esmeraldas: Biblioteca PUCESE.
6. Bayón F. García Isabel. (2000) Gestión de Recurso Humano, Manual para Técnicas en Empresas Turísticas, España-Madrid. Editorial Síntesis Madrid.
7. Bigné E. Font Aulet, (2000) . Marketing de Destinos Turísticos, Madrid.
8. Borja L. Casanovas A. Bosch Camprubí, (2008) El Consumidor Turístico, Ed. Pozuelo de Alarcón –Madrid.
9. Carvajal, Lizardo. (1998) Metodología de la Investigación Científica. Curso general y Aplicado. 12º- Ed. Cali: F.A.I.D.,
10. Casanueva C. Rocha. García Julio. Francisco (2010), Organización y Gestión de Empresas Turísticas.
11. Cogerle C. Hernández E. (2008). El mercado Turístico.
12. Castillo, B. P. (1993). Derecho Notarial. México DF: Porrúa.
13. CINCAE. (s.f.). CINCAE.org. Recuperado el 16 de Abril de 2011, de <http://www.cincae.org/prueba.htm>
14. Contreras, R. D. (1994). Presentación en Evaluación de proyectos. En R. D. Contreras, Presentación en Evaluación de proyectos (págs. VII, VIII). México DF: Costa-Amic Editores S.A.

15. CULTURAL S.A. (1999). Diccionario de Marketing. Madrid: Cultural S.A.
16. Colaicovo J.L; Assefh, A.A.; Guadagna, (1995); "Proyectos de Exportación y Estrategias de Marketing. Bogotá (Colombia).Ed. Macchi.
17. De Gerencia. (s.f.). De Gerencia.com. Obtenido de <http://www.degerencia.com/glosario.php?pid=309>
18. Francisco Leiva Zea. Investigación Científica (2002) Esmeraldas: Biblioteca PUCESE.
19. Definición ABC. (s.f.). Definionabc.com. Obtenido de <http://www.definionabc.com/general/proceso.php>
20. Diccionario de Contabilidad y Finanzas. (1999). Madrid.
21. ESPOL. (s.f.). www.dspace.espol.edu.ec. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/2094/1/4071.pdf>
22. Finanzas, E. (s.f.). Eco-Finanzas. Obtenido de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm
23. García, J., & Casanueva, C. Prácticas de la Gestión Empresarial.
24. INEC. (17 de NOVIEMBRE de 2010). INEC. Recuperado el 17 de NOVIEMBRE de 2010
25. Ing. Javier Burbano Salazar. (2011). Estudio de factibilidad para la creación de una confitería especializada en la producción y comercialización de troches, en la ciudad y cantón Esmeraldas. Esmeraldas.
26. Instructivo, G. (Septiembre de 2010). PUCESE. Recuperado el 15 de Octubre de 2010, de www.pucese.net
27. Juan Trespacios, R. V. (2005). Investigación de Mercados. Madrid: España.
28. Kotler, P. (1989). Mercadotecnia. Prentice Hall, 2da Ed.

- 29.** Laborales, M. d. (2009). Código Laboral. Quito.
- 30.** Malhotra, N. K. (2008). Investigación de Mercados. Naucalpan de Juárez: México.
- 31.** Mendez, C. E. Diseño y evaluación del proceso de investigación.
- 32.** MIMI. (s.f.). MIMI. Obtenido de http://es.mimi.hu/economia/capacidad_no_utilizada.html
- 33.** Ministerio Coordinador de la Cultura. (s.f.). Ministerio de Patrimonios Culturales.
- 34.** Ministerio de Relaciones Laborales. (s.f.). Ministerio de Relaciones Laborales. Recuperado el 12 de julio de 2011, de http://www.mrl.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=276&Itemid=233
- 35.** Ministerio de Finanzas. (2006). Ley Orgánica de Compañías.
- 36.** Monografías.com. (s.f.). Obtenido de http://www.econ-finanzas.com/diccionario/C/CONCEPTO_DE_GASTO.htm
- 37.** Tamayo M. (2005), Metodología Formal de la Investigación Científica, Editorial Limusa, Segunda Edición
- 38.** Palacios, D. (6 de 04 de 2011). Productora de Dulces. (J. Burbano, Entrevistador)
- 39.** PROMONEGOCIOS. (s.f.). promonegocios.net. Recuperado el 16 de abril de 2011, de <http://www.promonegocios.net/empresa/tipos-empresa.html>
- 40.** Providencia, C. (29 de Agosto de 2008). Monografías.com. Recuperado el 7 de Julio de 2011, de Monografías.com: <http://www.monografias.com/trabajos22/psicologia-del-mercadeo/psicologia-del-mercadeo.shtml>
- 41.** (2007). Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de quesos. Esmeraldas: Biblioteca PUCESE.
- 42.** PUCESE, I. (2010). INSTRUCTIVO DE GRADO. Esmeraldas: PUCESE.

43. Pulido, H. G. (2010). *Calidad Total y Productividad*. México DF: Interamericana Editores S.A. de C.V.
44. Pymes Empresariales. (s.f.). PymesEmpresariales.com. Obtenido de <http://pymesempresariales.com/definicion-de-pasivo-corto-y-largo-plazo/>
45. Quintana, F. M. (2010). *Factibilidad para la creación de una empresa de mudanzas*. Esmeraldas: Biblioteca PUCESE.
46. Real Academia de la Lengua Española. (s.f.). rae.es. Obtenido de http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=confiteria
47. Roser, R. P., & Pontón, P. Z. (2008). *Teoría de Microeconomía*. Quito.
48. Rosero, R. P., & Pontón, P. Z. (2008). *Teoría de Macroeconomía*. Quito.
49. Slideshare.net. (s.f.). Slideshare.net. Obtenido de <http://www.slideshare.net/laciroc/4-tamao-ptimo>
50. SRI. (s.f.). SRI.com. Obtenido de <http://www.sri.gov.ec/sri/portal/content/documents.do?action=listDocuments&contentCode=358&typeCode=1&external=>
51. Superintendencia de Compañías. (s.f.). SUPERCIAS. Obtenido de http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Marco%20Legal/instructivo_soc.pdf
52. Superintendencia de Compañías. (1999). *Ley de Compañías*. Quito.
53. Contreras M. (1995), *Formulación de Proyectos*. Bogotá: Unad.
54. Chas R. (2008). *Administración de Empresas*.
55. Casanova Álvaro, (2007), *Fundación Global Natur, Claves del Turismo Consiente y Responsable*.

- 56.** Donald Lundberg. PH.D Volumen 1, 2, Dirección de Proyectos en Administración en Hotelería. Historia de los Restaurantes, Organización y Administración de los Hoteles y Restaurantes.
- 57.** Font J. Elvira Oscar, (2000), Presupuesto Planes Financieros y Estudios de Vialidad. Barcelona-España. Segunda Edición
- 58.** Gutiérrez M, Abraham, (1992) Curso de Métodos de Investigación y Elaboración de la Monografía. Quito-Ecuador. Ediciones Serie Didáctica A. G, Cuarta Edición.
- 59.** Valdés L. Ruiz A. Turismo y Promoción de Destinos Turísticos. España-Madrid. Implicaciones Empresariales, Edita Universidad de Oviedo.
- 60.** Zeithamil B. (1996) Marketing de Servicios. México. Quinta Edición

LINKOGRAFIA

1. <http://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos>.
2. www.lanación.com
3. www.cruzdelsur.nireblog.com
4. www.dogguie.com
5. www.parquesinfantiles.es
6. www.eluniversal.com.mx
7. www.peru.com
8. www.vialibre-ffe.com
9. www.wikipedia.com
10. www.viajacontuhijo.com
11. www.denhaag.nl
12. www.arquikits.blogspot.com
13. www.minimundo-lima.blogspot.com
14. www.slideboom.com/presentations/
15. www.todoparaviajar.com
16. www.gio.gov.tw
17. www.peruvideos.com
18. www.republica.laplata.gov.ar
19. www.youtube.com
20. www.espacioblog.com
21. <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Anexos

Anexo 1

GLOSARIO

ACTIVIDAD: Conjunto de tareas o acciones para alcanzar un fin.

ACTIVO CORRIENTE: Activos que no perduran en la empresa, sino que están destinados a ser comprados y vendidos a corto plazo (productos fabricados o con los que se comercia) o que se pueden convertir en liquidez de forma inmediata.

ACTIVO CORRIENTE: Activos que no perduran en la empresa, sino que están destinados a ser comprados y vendidos a corto plazo (productos fabricados o con los que se comercia) o que se pueden convertir en liquidez de forma inmediata.

ACTIVO FIJO: Bien tangible convertible en liquidez pero no inmediatamente (instalaciones, maquinaria, etc.)

ACTIVO: Bien o derecho que posee una persona física o jurídica que puede convertirse en liquidez, es decir, que se puede valorar en términos monetarios.

ACTIVO: Bien o derecho que posee una persona física o jurídica que puede convertirse en liquidez, es decir, que se puede valorar en términos monetarios.

AMORTIZACIÓN: Anotación contable que permite imputar el monto de una inversión como gasto durante varios años.

AMORTIZACIÓN: Anotación contable que permite imputar el monto de una inversión como gasto durante varios años.

BALANCE GENERAL PROYECTADO: Estado contable que muestra cantidades tentativas, preparado con el fin de mostrar una propuesta o una situación financiera futura probable.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: Medios de los cuales se vale la mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos.

CAPACIDAD INSTALADA: 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.

CAPACIDAD UTILIZADA: Proporción de la capacidad instalada de una empresa que se utiliza, o también se puede definir como parte de la capacidad para producir empleada.

CAPITAL DE TRABAJO: Monto de recursos económicos que la empresa tiene destinado a cubrir las salidas de dinero necesarias para su operación.

CAPITAL DE TRABAJO: Monto de recursos económicos que la empresa tiene destinado a cubrir las salidas de dinero necesarias para su operación.

COMPETENCIA DIRECTA: Oferentes que comercializan productos o servicios iguales o similares.

COMPETENCIA INDIRECTA: Oferentes que comercializan productos o servicios que pueden sustituir a otros.

COMPETENCIA: Conjunto de empresas que ofrecen productos iguales (o similares) a los de nuestra empresa o producen bienes que sustituyen en el consumo a nuestros productos.

COSTO BENEFICIO (B/C): Es la relación que se obtiene cuando el valor actual de la corriente de beneficios se divide por el valor actual de la corriente de costos.

COSTO: Son todos los gastos que incurren en la compra de la materia prima directa e indirecta en la producción.

COSTOS FIJOS: Son aquellos que permanecen constante independientemente del nivel de la producción (mano de obra, servicios básicos, renta del local, salarios, depreciaciones, amortizaciones etc.).

COSTOS VARIABLES: Son aquellos que aumentan o disminuyen proporcionalmente al volumen de la producción (materia prima).

CRONOGRAMA DE INVERSIÓN: Detalle de las inversiones que se realizarán desde que se toma la decisión de construir el proyecto hasta el final de su vida útil.

CRONOGRAMA DE INVERSIÓN: Detalle de las inversiones que se realizarán desde que se toma la decisión de construir el proyecto hasta el final de su vida útil.

DEMANDA INSATISFECHA: Cantidad de bienes o servicios que es posible que el mercado adquiriera en años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún oferente actual podrá satisfacer si permanecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

DEMANDA: Cantidad de bienes y servicios que el mercado necesita o solicita para satisfacer una necesidad específica a un precio determinado.

DEPRECIACIÓN: Disminución del valor de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc.

DEPRECIACIÓN: Disminución del valor de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD: Se lo utiliza para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto, y en base a ello poder tomar las mejores decisiones si el estudio es factible o no. Dentro del estudio de factibilidad intervienen 3 componentes básicos muy importantes como es:

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO: busca determinar el rendimiento económico del proyecto.

ESTUDIO TÉCNICO: Tiene por objeto suministrar información que determine el costo de la inversión (localización, tamaño, e ingeniería del proyecto).

FLUJO DE CAJA PROYECTADO: Estado que muestra el movimiento de ingresos y egresos y la disponibilidad de fondos futuros.

FLUJO DE CAJA: Son las entradas y salidas de efectivo en un tiempo determinado, este a su vez constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa, resumen del texto.

FUENTES PRIMARIAS: Son aquellas en las que la información se encuentra en su origen, y por lo tanto debe ser elaborada por primera vez y de forma específica.

FUENTES SECUNDARIAS: Son aquellas que presentan información ya elaborada, o existente, que fue generada anteriormente con otra finalidad.

ÍNDICES FINANCIEROS: Números abstractos que representa el movimiento en conjunto de varios activos financieros que lo componen.

INVERSIÓN DIFERIDA: Salida de dinero durante la fase previa a la operación del proyecto, en bienes o servicios intangibles; es decir, inmateriales.

INVERSIÓN FIJA: Salida de dinero, que se efectúa en elementos tangibles que no son sujetos de transacciones corrientes o usuales, durante la vida útil del proyecto.

INVERSIÓN FIJA: Salida de dinero, que se efectúa en elementos tangibles que no son sujetos de transacciones corrientes o usuales, durante la vida útil del proyecto.

INVERSIÓN: Incorporación al aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad global de la producción.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO: Proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia, como: clientes, competidores y el mercado.

LOCALIZACIÓN ÓPTIMA: Lugar para las instalaciones, que favorezca el desarrollo de las operaciones.

MACROLOCALIZACIÓN: Localización general del proyecto El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto.

MANUAL DE PROCEDIMIENTO: Documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, o de dos o más de ellas.

MERCADO: Lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio.

MERCADO: Puede ser el lugar donde se reúnen vendedores y compradores para efectuar transacciones de bienes o servicio, pero también puede ser el universo de una demanda que requiere de un servicio para satisfacer una necesidad

MICROLOCALIZACIÓN: Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para la realización del proyecto.

MISIÓN: Es la razón de ser de la empresa considerando sobre todo la actividad del negocio.

MUESTRA: Parte de la población a estudiar que sirve para representarla.

OBJETIVOS: Situación deseada que la empresa intenta lograr.

OFERTA: Cantidad de bienes o servicios que una cantidad específica de oferentes o productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL: Representación gráfica de la estructura de una empresa u organización.

ORGANIZACIÓN FUNCIONAL: Estructura organizacional, que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones para cada tarea.

PARQUE MINIATURA: Un parque de miniatura es un espacio abierto que reproduce espacios humanos y naturales, urbanos y rurales (edificios, ferias, caminos, casas, monumentos, montañas, lagos, bosques, automóviles, barcos y personas, entre otros), a una escala menor que 1:1 y que se abre para el público con el cobro de un derecho de ingreso.

PASIVO CORRIENTE: Aquel que se ha adquirido con la finalidad de ser liquidados en un plazo de un año o menos.

PASIVO NO CORRIENTE: Obligaciones que se adquieren para ser liquidados a un plazo mayor a un año.

PASIVO: Obligaciones totales de una empresa o persona con terceros, en el corto plazo o el largo plazo.

PERIODO DE RECUPERACIÓN (P/R): Estima el tiempo en que tardaría el proyecto en recuperar la inversión inicial, a través de los flujos de cajas esperados por el mismo.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: Proceso administrativo de desarrollar y mantener una relación viable entre los objetivos, recursos de la organización y las cambiantes oportunidades del mercado.

POBLACIÓN: Grupo o serie de personas que viven en un área específica o que comparten características similares (tales como ocupación, edad, etc.).

PROCESO: Conjunto de actividades sistematizadas que se realizan o tienen lugar con un fin.

PUNTO DE EQUILIBRIO: Punto en donde el número de unidades producidas y vendidas genera ingresos para cubrir los costos y gastos en que se han incurrido para la producción y venta de la misma.

TAMAÑO OPTIMO: Volumen de producción en el cual el costo de la unidad promedio es mínimo (depende de la asignación de costos generales del proyecto).

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR): Iguala el valor presente de los flujos de caja esperados con la inversión inicial, la tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares.

VALOR ACTUAL NETO (VAN): Es el conjunto de flujos de fondos que derivan de una inversión, descontados a la tasa de retorno requerida de la misma al momento de efectuar el desembolso de la inversión, menos esta inversión inicial.

VIDA UTIL: Es la duración estimada que un objeto puede tener cumpliendo correctamente con la función para la cual ha sido creado. Normalmente se calcula en horas de duración

VISIÓN: Representación de lo que creemos que el futuro debe ser para nuestra empresa a los ojos de nuestros clientes, trabajadores, proveedores, etc.

ANEXO 2

FORMATO DE LA ENCUESTA



Pontificia Universidad Católica Del Ecuador Sede Esmeraldas.

Escuela De Hotelería Y Turismo.

Esta encuesta tiene como objetivo identificar las necesidades y expectativas de las persona de la localidad de Esmeraldas en relación con la oferta de un parque de miniaturas

Sexo: F..... M.....

Edad promedio:

Entre 15 y de 19 años..... + de 20 años.....

+ De 30..... 45 años en adelante.....

1.- Las actividades de diversión recreativas de fin de semana y feriados las comparte regularmente con:

Familia..... Amigos..... Otros.....

Número de personas: _____

2.- Indique los lugares de diversión que usted regularmente acude.....lleva a su(s) hijo(s).

Playa..... Piscina..... Parque.....

3.- Usted regularmente visita lugares de diversión o recreación en:

Fines de semana..... Feriados.....

Vacaciones de trabajo..... Nunca.....

4.- Usted ¿con qué frecuencia visita lugares de diversión?

Una vez por semana..... Una vez al mes.....

Cada 2 meses..... Otros.....

5.- Indique los factores más importantes por los cuales usted elige un lugar de diversión

Precio..... Cercanía a la ciudad.....

Variedad de servicios..... Seguridad

Cultural.....

Novedad----- lugar de moda_____

6.- De los siguientes servicios, ¿cuáles cree usted que debería existir en un parque de recreación?

Heladería..... Enfermería.....

Patio de Comidas rápidas..... Micro mercado.....

Restaurante de Comida típica..... Cyber.....

Tienda de artesanías..... Tienda de souvenir.....

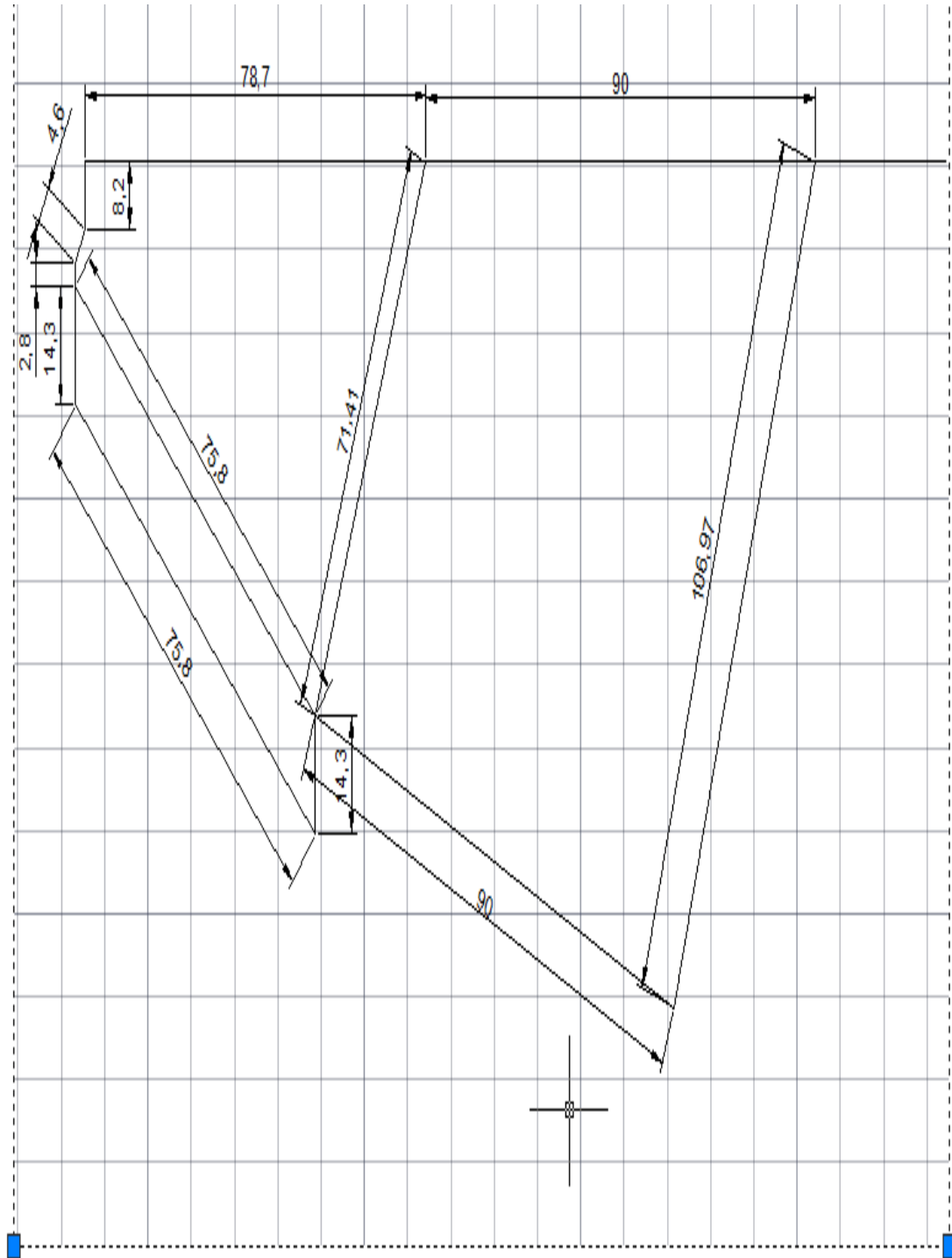
7.- ¿cuánto gasta en promedio cuando asiste a un centro de diversión?

Menos de \$10..... De \$10 a \$20.....

De \$20 a \$50..... mas de \$50.....

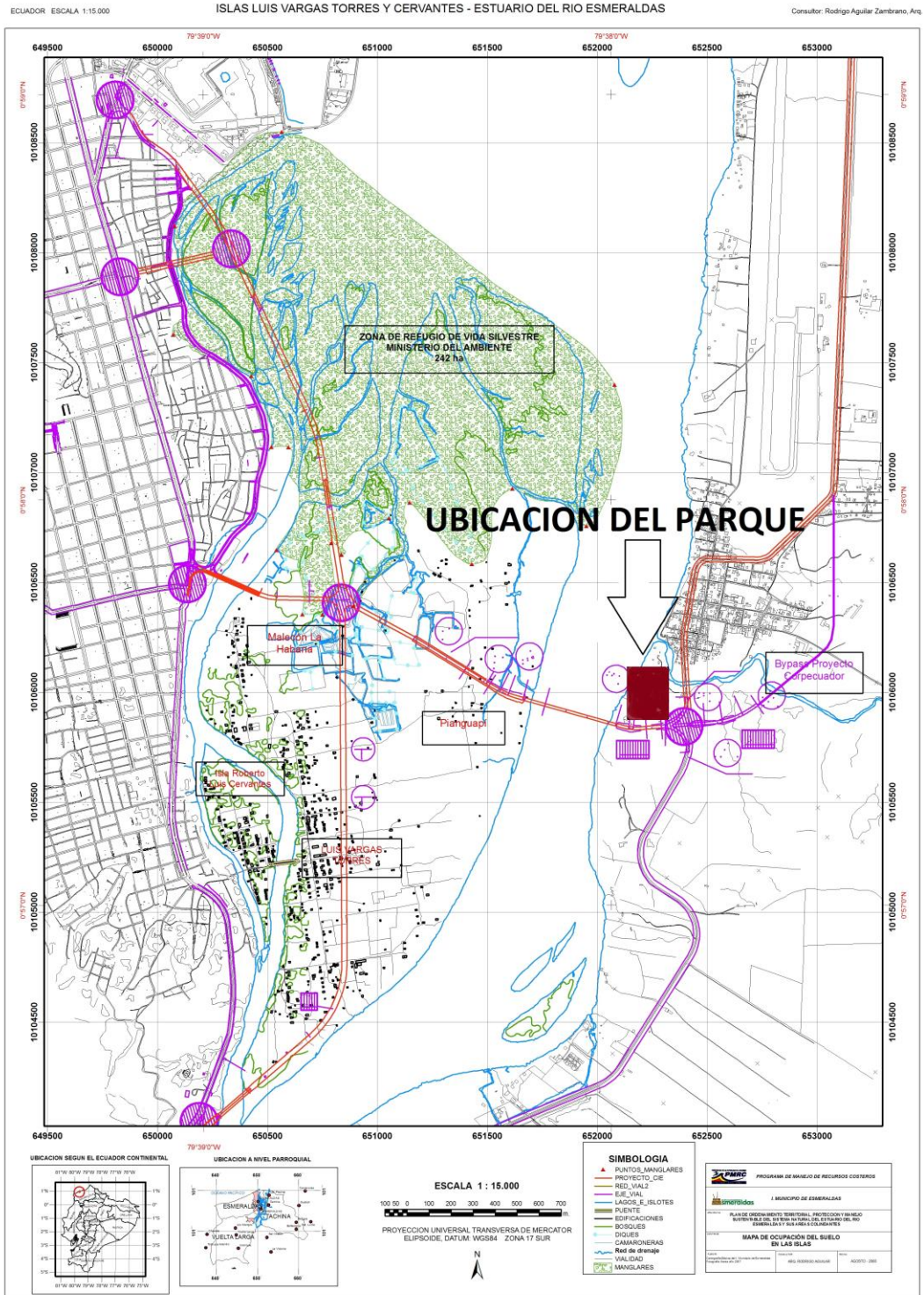
ANEXO 3

MEDIDAS



ANEXO 4

UBICACIÓN GEOGRAFICA



ANEXO 5

FOTOS

