



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

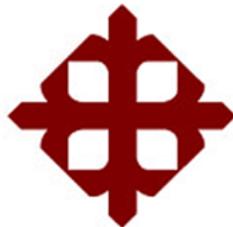
**TÍTULO:
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE
UNA ZONA DE RECREACION FAMILIAR (PARQUE DE JUEGOS)
EN LA CIUDAD DE QUEVEDO**

**AUTORES:
Wilson Xavier Mieles Huerta
Tannia Alexandra Remache Lucio**

**Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de
Ingeniero Comercial**

**TUTOR:
Eco. Lucia Magdalena Pico Versoza MBA**

**Guayaquil, Ecuador
Año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el **Sr. Wilson Mieles Huerta y la Sra. Tannia Alexandra Remache Lucio**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**.

TUTOR (A)

Eco. Lucia Magdalena Pico Versoza, MBA

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Darío Marcelo Vergara Pereira, Mgs.

Guayaquil, septiembre del 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Wilson Xavier Mieles Huerta y Tannia Alexandra Remache Lucio

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación **del estudio de factibilidad para la implementación de una zona de recreación familiar (parque de juegos) en la ciudad de Quevedo** previa a la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría. En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, septiembre del 2014

AUTORES:

Wilson Xavier Mieles Huerta

Tannia Alexandra Remache Lucio



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Wilson Xavier Mieles Huerta y Tannia Alexandra Remache Lucio

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **estudio de factibilidad para la implementación de una zona de recreación familiar (parque de juegos) en la ciudad de Quevedo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, septiembre del 2014

AUTORES:

Wilson Xavier Mieles Huerta

Tannia Alexandra Remache Lucio

AGRADECIMIENTO

A Dios todo poderoso por darme la fortaleza de estar culminando esta etapa de mi vida.

Por tener la fortuna de compartir el trabajo de titulación con una gran compañera y amiga, por estar rodeado de personas que me quieren y que me han ayudado a sacar adelante todos mis proyectos, a mi tutora Eco. Lucia Pico que con paciencia y sabiduría estuvo presta a orientarme y cuya labor han hecho de este sueño una hermosa realidad.

¡Muchísimas Gracias!

Wilson Xavier Mieles Huerta

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento infinito a Dios por ser mi padre protector en todo momento, me dio sabiduría y fortaleza en los momentos donde las fuerzas me abandonaban y quería dejarlo todo. Hoy después de tanto esfuerzo, puedo decir con gran satisfacción que valió la pena, pude cumplir una meta más y demostrar que nada es imposible cuando uno persevera.

A mi esposo e hijo por comprender cuando tenía que ausentarme por varias horas para cumplir con los trabajos de la universidad y ser mis compañeros de viaje.

Amigos como María, Cecibel y Wilson, a quienes tuve la oportunidad de conocer y compartir no solo temas de la universidad, sino que me permitieron ver su esencia como personas.

La universidad me deja muchas experiencias a más del conocimiento en estos años, pero sobre todo a confirmar una vez más que en manos de Dios lo puedo todo.

Tannia Alexandra Remache Lucio

DEDICATORIA

A Dios, a mi madre Rocío y a mi tía Verónica por su apoyo incondicional. Su ejemplo, sacrificio y esfuerzo han sido fundamentales para afrontar todas las dificultades de mi vida.

Dedicado a ustedes también Pamela y Nathalia mis amores y mi futuro.

Lo logramos todos juntos!

Wilson Xavier Mieles Huerta

DEDICATORIA

Dedicado a mi hijo como muestra de esfuerzo y ejemplo.

Lo único que nadie te quita es tu conocimiento.

Tannia Alexandra Remache Lucio



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

CALIFICACIÓN

Eco. Lucia Magdalena Pico Versoza MBA

RESUMEN EJECUTIVO

Analizando las necesidades en la ciudad de Quevedo y la oportunidad de presentar un proyecto con alta demanda en el mercado, se identificó que no existe un lugar para la sana recreación familiar, se consideró elaborar un estudio de factibilidad de la creación de un parque donde las familias en conjunto puedan compartir y disfrutar en un lugar seguro que cuente con varias áreas de juegos.

A pesar de ser la principal ciudad de la provincia de Los Ríos por su ubicación geográfica, economía y agrícola no ha logrado desarrollarse turísticamente, la creación de un parque de diversiones le permitirá ser el primer cantón de la zona en darse a conocer por este atractivo, además será un generador de plazas de empleo lo cual contribuirá al crecimiento económico y social.

Para el estudio se consideró un área de 20,000 m² en la Ruta del Río, sector nuevo y atractivo como punto de referencia de turismo por tener vías de acceso modernas y estar a orillas del río Quevedo, además de estar ubicado dentro de la parroquia urbana San Cristóbal.

El parque funcionara bajo la figura jurídica de una compañía de responsabilidad limitada integrada por 4 socios, tendrá una estructura moderna, áreas verdes, área administrativa, un salón de usos múltiples, mini teatro al aire libre, mini cancha sintética, pista de autos go kar, zona de carros chocones, lago artificial para botes, juegos mecánicos al aire libre, juegos mecánicos bajo cubierta, juegos lúdicos, patio de comida.

Los juegos mecánicos han sido cotizados directamente con fábricas en China las mismas que cuentan con certificación de calidad ISO, y para los estudios

técnicos, obras generales e instalaciones eléctricas e hidrosanitarias se contrató a la firma de arquitectos Rivadeneira Barriga. La calidad en el servicio y seguridad al cliente será la exigencia máxima en el personal que laborara en la compañía.

Para la implementación del parque se tendrá una inversión inicial de \$ 2,050.638,75 de los cuales el capital propio es \$ 615,191.62 correspondiente al 30% y el 70% restante será capital financiado por una entidad bancaria a un plazo de 5 años. Para el cálculo de los ingresos por ventas se tomo como referencia los días viernes sábado y domingo al 60% de la capacidad máxima de las máquinas y el 20% del volumen máximo de la capacidad de personas que ingresan al parque. Los ingresos están dados por las entradas al lugar, el valor de cada juego y el alquiler de las áreas para eventos.

Para el primer año se estiman ventas \$ 1,869.333,60 y se considera un crecimiento del 5% en cada año. El ejercicio financiero después de la deducción de costos y gastos entrega una TIR¹ del 34% superior a la tasa de descuento (8.92%) financiado por la institución financiera, la relación costo-beneficio es 3.16, esto nos indica que los ingresos serán mayores que los costos. Se calcula que la recuperación de la inversión será en dos años 10 meses (2,93). El índice de rentabilidad IR² es de 2,28 lo que demuestra que por cada dólar invertido se obtendrá el 1,28 mas. Todos los análisis y estudios realizados hacen que el proyecto compruebe su viabilidad y factibilidad.

Palabras Claves: Estudio de factibilidad, Parque de Diversiones, Estudio Técnico, Figura Jurídica, Inversión Inicial, TIR, IR, Quevedo.

¹ Tasa interna de retorno o TIR Se utiliza para establecer la tasa de rendimiento esperada de un proyecto.

² IR o índice de rentabilidad es un método de valoración de inversiones que mide el valor actualizado de los cobros generados por cada unidad monetaria invertida en el proyecto.

EXECUTIVE SUMMARY

Analyzing the needs in the city of Quevedo and the opportunity to present a project with high demand in the market, it was identified that not exist a place for wholesome family recreation, it was considered to develop a feasibility study for the creation of a park where families can share together and enjoy in a safe place that has several playgrounds.

Despite being the main city of Los Ríos province, and a geographic and agricultural key location, economy has not managed to develop for tourism, the creation of an amusement park will allow the city to be the noticed for this attraction place and also be a generator of employment which contributes to economic and social growth.

For this study it was considered an area of 20,000 square meters in the “Ruta del Rio” new city settling, a touristic attractive landmark for having modern access and being on the Quevedo river side, considered also to be located within the St. Cristobal urban parish .

The park will operate under the legally as a limited liability company settled by 4 shareholders, it will also have a modern structure, landscaping, administrative area a multipurpose room, mini outdoor theater, synthetic mini pitch, tennis kar go, zone bumper cars, artificial lake for boats, outdoor rides, rides under cover, recreational gamers and a food court.

The rides have been quoted directly from China factories which have the same ISO quality certification, and technical studies, general works and electrical and plumbing installations hired the architectural “Rivadeneira Barriga” firm. The quality of customer service and safety will be the most demanded active for the company staff.

The park implementation will have an initial investment of US\$ 2,050.638,75, from which equity will be US \$ 615,191.62 corresponding to 30%, and the remaining 70% will be financed by a loan bank for a 5 years period. To calculate sales revenue it was taken as reference on Friday, Saturday and Sunday at 60% of maximum capacity machines and 20% of the maximum capacity of people entering the park. Revenues are given by the entries, the value of each game and the rental of the event areas.

For the first year there are estimated sales for US\$ 1,869.333,60 and it was considered a growth of 5% in each year. The financial year after costs deduction and expenses, estimates an IRR 34% higher than the discount rate (8.92%) financed by the bank, the cost-benefit ratio would be 3.16, indicating that income will outweigh the costs. It is estimated that investment will be recovered in two years 10 months (2.93) approximately. The profitability index IR would be 2.28 which shows that for every dollar invested will get 1.28 more dollars. All analysis and studies make the project viable and feasible.

Keywords: Feasibility Study, Amusement Park, Technical Study, Legal Figure, Initial Investment, TIR, IR, Quevedo.

ÍNDICE DE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	X
ÍNDICE DE GENERAL	1
INTRODUCCION	7
CAPITULO I	9
1 TIPO DE MARCOS	9
1.1 MARCO DE REFERENCIA	9
1.2 MARCO TEÓRICO	10
1.3 MARCO LEGAL	13
1.4 JUSTIFICACIÓN	15
1.5 NATURALEZA DE LA EMPRESA – LA ORGANIZACIÓN.....	17
1.6 OBJETIVO GENERAL	18
1.7 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
CAPITULO II	20
2 ESTUDIO DE MERCADO	20
2.1 FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	20
2.2 TIPO DE PRODUCTO	21
2.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO Y EXTERNO	22
2.4 MARCA, SLOGAN Y LOGO.....	25
2.5 SEGMENTO DEL MERCADO.....	26
2.5.1 Cálculo de la Muestra.....	26
2.5.2 Tipo de Muestreo	28
2.6 DISEÑO DE LA ENCUESTA	30
2.6.1 Recolección de datos	32
2.7 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS	33
2.7.1 Análisis de pregunta 1.....	33
2.7.2 Análisis de pregunta 2.....	34
2.7.3 Análisis de pregunta 3.....	36
2.7.4 Análisis de pregunta 4.....	38
2.7.5 Análisis de pregunta 5.....	40
2.7.6 Análisis de pregunta 6.....	41
2.7.7 Análisis de pregunta 7.....	42
2.7.8 Análisis de pregunta 8.....	44

2.7.9	Análisis de pregunta 9.....	45
2.7.10	Análisis de pregunta 10.....	47
2.7.11	Análisis de pregunta 11.....	49
2.8	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	51
2.8.1	Imágenes de los parques del cantón Quevedo.....	52
2.8.2	Proyectos del municipio en la actual Alcaldía.....	60
2.9	ESTABLECER LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO, MERCADO INSATISFECHO.....	60
2.9.1	Determinación del precio de venta.....	61
2.10	ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	63
2.10.1	Políticas de distribución.....	63
2.10.2	Estrategia de marketing.....	64
CAPITULO III.....		65
3	ESTUDIO TECNICO.....	65
3.1	LOCALIZACIÓN.....	65
3.2	REPRESENTACIÓN PICTÓRICA.....	69
3.3	DISTRIBUCIÓN DEL SITIO.....	69
3.4	DESCRIPCIÓN DE LAS ATRACCIONES DEL PARQUE.....	70
3.4.1	Diseño Técnico del parque.....	71
3.4.2	Imágenes tridimensionales de las áreas del parque.....	72
3.5	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	75
3.5.1	Organigrama.....	75
3.6	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL ORGANIGRAMA.....	77
CAPITULO IV.....		88
4	ANÁLISIS FINANCIERO.....	88
4.1	INVERSIÓN INICIAL.....	88
4.2	PROYECCIÓN DE VENTAS Y OTROS INGRESOS NO OPERACIONALES.....	89
4.3	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS.....	91
4.4	PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS.....	91
4.4.1	Costos de Construcción.....	91
4.4.2	Nomina.....	92
4.4.3	Costo Operativos.....	92
4.4.4	Gastos Totales.....	93
4.5	ESTADO DE PERDIDA Y GANANCIAS.....	94
4.6	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	94
4.7	FLUJOS NETOS DE FONDO: TIR, VAN, PAYBACK, IR.....	95
4.8	RELACIÓN COSTO ~ BENEFICIO.....	96

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	97
BIBLIOGRAFIA	98
5 BIBLIOGRAFÍA	98
ANEXOS.....	100
ANEXOS 1 – PRESUPESTO DE CONSTRUCCION, DISEÑO Y OBRA CIVIL	100
ANEXOS 2 – MAQUINAS DE JUEGOS	103
ANEXOS 3 – ESTADISTICAS DEL INEC.....	109

ÍNDICE DE TABLAS

CAPITULO I

TABLA 1-1	PROMEDIO DE PERSONAS POR HOGAR - INEC	16
-----------	---	----

CAPITULO II

TABLA 2-1	ANÁLISIS DOFA - ENTORNO INTERNO Y EXTERNO.....	23
TABLA 2-2	ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.....	27
TABLA 2-3	ANÁLISIS DE LA MUESTRA.....	28
TABLA 2-4	ENCUESTA-PREGUNTA 1	33
TABLA 2-5	ENCUESTA-PREGUNTA 2	35
TABLA 2-6	ENCUESTA-PREGUNTA 3	36
TABLA 2-7	ENCUESTA-PREGUNTA 4	38
TABLA 2-8	ENCUESTA - PREGUNTA 5.....	40
TABLA 2-9	ENCUESTA-PREGUNTA 6	41
TABLA 2-10	ENCUESTA-PREGUNTA 7	43
TABLA 2-11	ENCUESTA-PREGUNTA 8	44
TABLA 2-12	ENCUESTA-PREGUNTA 9	45
TABLA 2-13	ENCUESTA-PREGUNTA 10	47
TABLA 2-14	ENCUESTA-PREGUNTA 11.....	49
TABLA 2-15	PRECIOS DE INTRODUCCIÓN PARA EL CONSUMIDOR.....	62

CAPITULO III

TABLA 3-1	NÚMERO DE COLABORADORES DE LA EMPRESA	76
-----------	---	----

CAPITULO IV

TABLA 4-1	INVERSIÓN INICIAL	88
TABLA 4-2	INGRESOS POR VENTAS AL 1ER. AÑO.....	89
TABLA 4-3	PROYECCIÓN DE VENTAS A 5 AÑOS.....	90
TABLA 4-4	DEPRECIACIÓN ANUAL DE ACTIVOS.....	91
TABLA 4-5	RECURSO HUMANO	92
TABLA 4-6	COSTOS OPERATIVOS	92
TABLA 4-7	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS.....	93
TABLA 4-8	GASTOS FINANCIEROS	93
TABLA 4-9	BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	94

TABLA 4-10	PUNTO DE EQUILIBRIO	94
TABLA 4-11	ANÁLISIS DE FLUJOS FACTIBILIDAD DEL NEGOCIO	95
TABLA 4-12	ANÁLISIS COSTO BENEFICIO	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPITULO II

ILUSTRACIÓN 2-1	LOGO DEL PARQUE.....	25
ILUSTRACIÓN 2-2	ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.....	29
ILUSTRACIÓN 2-3	ENCUESTA – PREGUNTA 1	34
ILUSTRACIÓN 2-4	ENCUESTA – PREGUNTA 2	35
ILUSTRACIÓN 2-5	ENCUESTA – PREGUNTA 3	37
ILUSTRACIÓN 2-6	ENCUESTA – PREGUNTA 4	39
ILUSTRACIÓN 2-7	ENCUESTA – PREGUNTA 5	40
ILUSTRACIÓN 2-8	ENCUESTA – PREGUNTA 6	42
ILUSTRACIÓN 2-9	ENCUESTA – PREGUNTA 7	43
ILUSTRACIÓN 2-10	ENCUESTA – PREGUNTA 8	45
ILUSTRACIÓN 2-11	ENCUESTA – PREGUNTA 9	46
ILUSTRACIÓN 2-12	ENCUESTA – PREGUNTA 10	48
ILUSTRACIÓN 2-13	ENCUESTA – PREGUNTA 11	50
ILUSTRACIÓN 2-14	PARQUE LA PERLA	52
ILUSTRACIÓN 2-15	PARQUE LINEAL	53
ILUSTRACIÓN 2-16	PARQUE EL VELERO.....	54
ILUSTRACIÓN 2-17	PARQUE EL GUZMÁN	55
ILUSTRACIÓN 2-18	PARQUE SAN JOSÉ.....	56
ILUSTRACIÓN 2-19	PARQUE DEL BOCACHICO.....	57
ILUSTRACIÓN 2-20	PARQUE NICOLÁS INFANTE DÍAZ.....	58
ILUSTRACIÓN 2-21	PARQUE SAN CAMILO	59

CAPITULO III

ILUSTRACIÓN 3-1	MACRO-LOCALIZACIÓN.....	66
ILUSTRACIÓN 3-2	MICRO-LOCALIZACIÓN.....	67
ILUSTRACIÓN 3-3	MICRO-LOCALIZACIÓN SATÉLITE	68
ILUSTRACIÓN 3-4	RUTA DEL RÍO.....	68
ILUSTRACIÓN 3-5	MAPA PICTÓRICO DEL PARQUE.....	69
ILUSTRACIÓN 3-6	DISEÑO ARQUITECTÓNICO	71
ILUSTRACIÓN 3-7	VISTAS TRIDIMENSIONALES.....	72
ILUSTRACIÓN 3-8	ORGANIGRAMA.....	75

INTRODUCCION

La construcción de un lugar de entretenimiento familiar como “**Fantasy Park**” permite evaluar la oportunidad de tener clara la respuesta a todo lo que un inversionista desea, por ejemplo: ¿Qué es y en qué consiste el negocio?, ¿Quién lo dirigirá?, ¿Cuál será su rentabilidad?, ¿Cuáles son las estrategias y metas para lograrlo? y ¿Cuáles recursos se requieren para llevarlo a cabo?

El presente trabajo de investigación será una combinación de elementos comerciales, técnicos y económicos para enunciar en forma precisa los propósitos, las ideas, conceptos, para la elaboración del estudio de factibilidad y analizar la inversión desde dos puntos de vista, cualitativos y cuantitativos de la idea de negocio dentro de la ciudad de Quevedo, Ecuador.

Analizando las necesidades insatisfechas de la población quevedeña tenemos la seguridad que el parque “**Fantasy Park**” y en general todos sus visitantes gozarán de una experiencia fuera de serie, constituyéndose como una fuente para el desarrollo humano, la convivencia, el esparcimiento y mejoramiento de calidad de vida de los ciudadanos de la urbe.

Para validar la posibilidad de materializar este proyecto se hace necesario evaluar el mercado objetivo; así como también, el entorno político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal (PESTEL)³, y los factores internos claves (fortalezas y debilidades) del proyecto. Además se abordaran temas como información del proceso de los socios inversionistas, identificación del mercado potencial sus segmentos, análisis de la demanda insatisfecha, valoración de la ofertas directas o indirectas, especificaciones del proyecto de inversión, tiempo

³ El análisis PESTEL (o PESTLE) es un instrumento de planificación estratégica.

de ejecución y retorno de la inversión, evaluación financiera con sus criterios de viabilidad o fallo y las conclusiones de factibilidad económica, luego sus índices de rentabilidad.

Estos resultados son guías de gran importancia al considerar la posibilidad de crear un parque de juegos con recreación familiar en la ciudad de Quevedo. En la actualidad, la insatisfacción de los habitantes de la ciudad de no contar con lugares de diversión dirigidos a la familia lleva a plantear la propuesta de una opción diferente.

Existen sectores ubicados en centros comerciales y en espacios adaptados por el municipio al aire libre, que tienden a saturarse rápidamente y en ocasiones permiten ingerir bebidas alcohólicas que dañan la imagen y el ambiente para la que fueron reservadas, esta es la razón de que las personas busquen trasladarse a otros sitios lejanos y costosos a realizar sus actividades familiares.

Por lo antes mencionado es necesario e indispensable mitigar la dispersión y rotación por falta de lugares atractivos para las familias dentro de la población quevedeña; el parque de juegos “**Fantasy Park**” se convertirá en la opción perfecta para quedarse en su ciudad, brindando la propuesta de tener una zona de recreación familiar con fácil acceso para todos los habitantes de la urbe a fin de mejorar la calidad de vida de los quevedeños.

CAPITULO I

1 TIPO DE MARCOS

1.1 Marco de Referencia

Es importante hacer referencia que las experiencias y perspectivas de diversión y esparcimiento de las personas han venido cambiando aceleradamente desde hace pocos años atrás, la globalización junto a la oportunidad de acceso de forma gratuita a la información hace que los habitantes de una población en igualdad de condiciones experimenten formas de servicios nuevos y por ende sus expectativas cada vez crezcan, volviendo importante los detalles y haciendo que nazca los signos de una sociedad con enfoques temáticos.

Los ecuatorianos no son la excepción, fueron evolucionando desde tardes de fútbol en la calle, juegos de salón y parques frente a las iglesias, etc. hasta la actualidad disfrutando de malecones del siglo XX, centros comerciales, restaurantes y clubes temáticos con espacios amplios y seguros capaces de servir a un gran número de personas y sobre todo con accesibilidad para todo nivel social. Muchos de estos lugares están enfocados a la juventud y a la reunión familiar con alternativas de áreas verdes, atracciones mecánicas al aire libre, y en cubierta, patio de comidas rápidas, áreas para eventos de todo tipo, zonas de parqueo extensos, en donde fácilmente es posible pasar una tarde o un día entero.

Fantasy Park estará diseñado para ser un lugar de recreación familiar, en este aspecto la percepción del consumidor del servicio que otorga el parque se logra cuando se despoja de lo rutinario, descubriendo que situaciones nuevas y/o asociando estas con momentos de felicidad vividos en su vida. Los seres

humanos podemos gozar del ocio y sana distracción a través del dialogo, la amistad, la lectura de un libro, en la contemplación de la naturaleza, cuando variamos o encontramos algo nuevo, etc.

La influencia del ocio y de la recreación es amplia y va mas allá de la búsqueda de alegría, placer, distracción, calma por lo tanto es necesario enfocar al proceso como un medio y no como fin último. Como medio, orientar la vida y contribuye a desarrollar el carácter y estructura la personalidad, pues a través de las actividades recreativas se suministra un renovado impulso para retomar aquello que puede ser primordial para la vida de cada individuo, como a que por medio de este realizamos lo que más nos gusta y nos permite crecer individual y colectivamente en la correlación con los demás. (Cuenca, 2000)⁴

1.2 Marco Teórico

El ocio y la recreación como parte de una medida para el mejoramiento de la calidad de vida de los ecuatorianos son los objetivos del plan Nacional del “buen vivir” del Gobierno Nacional del Presidente Rafael Correa. Dentro de su información cita que el “Buen Vivir” se planifica, no se improvisa, es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad todo como parte de la estrategia de redistribución de la riqueza, el Estado promoverá la distribución equitativa de las capacidades de gestion humanas, técnicas y políticas, incluyendo los recursos de gestion ambiental: plantas de tratamiento de agua, áreas recreacionales locales, etc. (Senplades, 2013)⁵

⁴ Ocio y desarrollo humano, 6to. congreso mundial, Manuel Cuenca, Bilbao, España 2000.

⁵ Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Plan Nacional del Buen Vivir, Ecuador 2013.

Las personas sumidas en rutinas laborales que no dedican espacios de entretenimiento, suelen sufrir mayores niveles de tensión, angustia y ansiedad. Por ende, la recreación sirve al ser humano para activar el cuerpo y la mente en sano equilibrio, así también despertar valores importantes para la convivencia, el respeto, el liderazgo positivo y la colaboración.

Sustentado las nociones teóricas que produce un parque de diversiones en los seres humanos como ocio, diversión y recreación, es importante hacer énfasis sobre las oportunidades de conocer si el objeto de estudio tiene lo necesario para llevarse a cabo. Este proceso de estudio de implementar la idea de negocio se denomina en forma genérica **el estudio de factibilidad** y de esto depende si elabora o no el plan de negocios.

¿Qué es un estudio de factibilidad?

Es un análisis que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a esto tomar la mejor decisión y si es viable su estudio, desarrollo o implementación (Atlántico, 2010)⁶. Las etapas del estudio de factibilidad son las siguientes:

- **Resumen Ejecutivo:** Entrega una idea breve y concisa del proceso estratégico que se va a seguir, de donde surge la necesidad, la oportunidad de negocio, la ubicación, el servicios prestados, tipo de empresa, inversión requerida para operar, tiempo de retorno de la inversión, rentabilidad a corto y largo plazo.

- **Objetivos y justificación:** Identifica el o los propósitos de realiza el estudio de factibilidad y hace alusión de la situación actual versus los beneficios que se obtendrían si el proyecto se llevara a cabo.

⁶ Estudio de factibilidad de un negocio, Universidad del Atlántico, Joseph Barrios, 2010.

- **Estudio Legal:** Describe la forma jurídica de la empresa, la misión y visión empresarial y la estructura organización con la que funcionará.

- **Estudio de mercado:** Se hace una descripción de la naturaleza del producto, la situación del entorno económico de la ciudad donde se instalará el parque, competitividad y productividad del mismo, se describe la competencia y las estrategias diferenciadoras, se realiza las estrategias de marketing, ventas, precio, promoción, permisos y política del servicio entre otros. También se debe analizar al consumidor: ¿quién compra o consume el servicio?, ¿cómo, cuándo, dónde y cuánto consume?, sus características demográficas, socioeconómicas, ubicación geográfica, así se reconoce el perfil y las tendencias que van marcando a los clientes de nuestro mercado objetivo.

- **Estudio Técnico:** Define el tamaño, la ubicación, descripción, distribución y diseño del producto, la cantidad, calidad, costo requerido del mismo, las maquinarias, y recursos a utilizar para prestar el servicio y los mecanismos de control a seguir.

- **Estudio Financiero:** Es muy importante porque muestra el flujo de caja proyectado del negocio, numéricamente se presentan la inversión inicial, las ventas proyectadas, los costos y gastos de realización, la depreciación de los activos, los balances y estados de resultados del ejercicio, sus índices de rentabilidad y el costo beneficio de llevar a cabo todo el proyecto para determinar su viabilidad que permita identificar el tiempo de recuperación de la inversión y la tendencia de déficit o superávit del negocio.

1.3 Marco Legal

Suministra las bases legales donde la empresa puede construir y determinar el alcance de la participación política. Esta parte del proyecto regularmente tiene un sinnúmero de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí; se fundamenta en la Constitución de la Republica del Ecuador, la Ley de Compañías, el Servicio de Rentas Internas y los Gobiernos Autónomos Descentralizados, entre otros organismos de control donde se incluyen artículos, leyes, códigos y reglamentos, que contienen la conducta ética y los lineamientos para mantener la unidad de negocio y sus actividades comerciales dentro de que la ley faculta, que este legalmente bien constituida y apegada al derecho y responsabilidad social.

Se constituirá la empresa como una compañía de responsabilidad limitada, la cual se contrae entre tres y máximo 15 personas o socios, que solamente reconocen obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones propias y hacen de la actividad económica bajo una razón social, a la que se añadirán las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizara una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía que ya exista. Los términos comunes para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.

El gerente general puede o no ser socio, más el presidente sí deberá ser socio. Los requisitos mínimos que deben contener la empresa para su funcionamiento en la ciudad de Quevedo son:

- Permiso municipal de uso de suelo por el GAD (Gobiernos Autónomos Descentralizados).
- Patente municipal. (Pago capital en giro).

- Permiso del cuerpo de bomberos. (Previa inspección).
- Permiso del colegio de ingenieros mecánicos.
- Servicio de Rentas Internas: registro único de contribuyente. (RUC)⁷
- Permiso del ministerio de salud por el expendio de alimentos.
- Permiso del ministerio de turismo.
- Permiso de SAYCE, uso de música.
- Permiso de intendencia de Policía.
- Permiso del funcionamiento del ARCSA. (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria)

Artículos de la Ley de Compañías⁸ de nuestra legislación ecuatoriana a considerar dentro de la constitución de una compañía:

- Art. 92 – 142, de la compañías de responsabilidad limitada.
- Art. 98, 99 y 100, sobre las personas que pueden asociarse.
- Art. 136, 137 y 138, sobre las formas de contratos.
- Art. 139, sobre los administradores.
- Art. 140, sobre las aportaciones y participaciones.
- Art. 102, sobre el capital.

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías. El capital aportado no será menos de 400 dólares para las compañías de responsabilidad limitada.

⁷ RUC es el registro único de contribuyente necesario para la personería jurídica de la compañía.

⁸ Ley de compañías de la Constitución de la Republica del Ecuador, numeral 2 artículo 139.

Al conformarse la compañía, el capital estará totalmente registrado, y cancelado por lo menos en el 50% de cada participación. Las contribuciones pueden ser en numerarios o en especie, en este último caso, puede componerse de bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la entidad. El saldo capital deberá ser totalizado en un plazo no mayor de 12 meses a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Las juntas generales son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria del administrador o del gerente. Su nombre societario será **Roy&Entertainment CIA. Ltda.**, su expresión peculiar será **“FANTASY PARK”**.

Esta investigación considerará las leyes vigentes en el territorio ecuatoriano conforme a lo estipulado en el territorio nacional, como dato adicional se confirmó con el departamento de planeamiento urbano de Quevedo que no exigirían permiso para áreas verdes ya que el terreno es de origen privado.

1.4 Justificación

La idea de realizar este proyecto surge de la necesidad de contar con lugares privados de diversión familiar para los habitantes de la ciudad de Quevedo, la investigación realizada dentro de la ciudad y sus alrededores permitieron identificar que no existe un proyecto similar al concepto de recreación familiar que pretende brindar Fantasy Park, tiene opciones distintas en conceptos de diversión por la variedad de actividades y áreas de juegos que se pueden realizar al aire libre y en zonas cerradas, además en la actualidad Quevedo es una de las 15 ciudades más pobladas de Ecuador por lo tanto nuestro parque tiene condiciones favorables para ser una atracción que atraerá visitantes de todos los sectores del país, incrementará el turismo dentro de la zona, creará

plazas de empleo, impulsará las inversiones privada y públicas mejorando el progreso y la calidad de vida de los quevedeños.

Tabla 1-1 Promedio de personas por hogar - INEC

No	Código	Nombre del Cantón	Total de personas	Total de hogares	Promedio de personas por hogar
1	0901	GUAYAQUIL	2.336.645	614.453	3,80
2	1701	QUITO	2.236.908	640.753	3,49
3	0101	CUENCA	499.904	133.857	3,73
4	2301	SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	367.854	95.221	3,86
5	1801	AMBATO	328.217	91.860	3,57
6	1301	PORTOVIEJO	278.524	71.462	3,90
7	0701	MACHALA	243.360	65.943	3,69
8	0907	DURAN	235.557	63.650	3,70
9	1308	MANTA	225.047	57.884	3,89
10	0601	RIOBAMBA	223.005	62.053	3,59
11	1101	LOJA	212.208	56.542	3,75
12	0801	ESMERALDAS	189.433	47.752	3,97
13	1001	IBARRA	180.440	48.666	3,71
14	1205	QUEVEDO	173.575	44.489	3,88
15	0501	LATACUNGA	168.232	43.042	3,91

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010
Elaborado: INEC

En base las estadísticas del INEC desarrollaremos una evaluación del grado de aceptación en los habitantes de la zona, identificaremos la demanda potencial y real de los servicios que se ofrecerá, así también evaluar el entorno, la misión y visión del negocio, identificar las fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades que cuenta el proyecto, el plan de ventas y las estrategias de penetración del servicio. Luego un análisis técnico que ayude a desarrollar el proceso operativo del servicio ofertado, el tamaño óptimo del parque, la ubicación, maquinaria y auxiliares requeridos para operar, la estructura organizacional y el personal requerido. Un estudio legal que se ajuste al programa nacional del buen vivir (PNBV)⁹ y por último un análisis económico y

⁹ Plan Nacional del buen vivir 2013-2017 Quito, Ecuador, Objetivos 3 y 5.

financiero que permita determinar la viabilidad y factibilidad del proyecto, de esta forma determinaremos seguir con la fase de construcción del parque temático.

1.5 Naturaleza de la Empresa – La Organización

Misión

Aportar con momentos de felicidad, bienestar y seguridad a todos nuestros visitantes brindando espacios de diversión para las familias ecuatorianas contribuyendo a su sano esparcimiento con una amplia variedad de servicios y áreas temáticas.

Visión

Ser el parque de diversiones con mayor afluencia de visitas en todo el país.

Política de calidad

Su compromiso es brindar un servicio de calidad con atención personalizada que haga vivir experiencias positivas a los clientes, para lograrlo la compañía contará con personal capacitado y enfocado con los objetivos institucionales, las atracciones estarán a la vanguardia de los avances tecnológicos, se promoverá desarrollar actividades internas de salud y seguridad ocupacional para ejecutar eficientemente los procesos con el fin de fortalecer la empresa y satisfacer las necesidades del mercado.

Objetivos Organizacionales

- Ser una compañía ecológica y socialmente responsable.
- Atraer la mayor participación del mercado.
- Mantener una estructura organizacional dinámica fomentando la proactividad y el cumplimiento de metas institucionales.

- Implementar el desarrollo por competencias dentro del recurso humano disponible.
- Mantener la seguridad y salud ocupacional para los colaboradores de la institución.
- Ofrecer productos y servicios de alto impacto.

Valores

Nuestra organización desea contar con personal de principios morales y valores éticos que guíen su conducta en todos los actos de su vida.

Los valores de la institución serán:

- Responsabilidad
- Integridad
- Solidaridad
- Equidad
- Compromiso
- Proactividad
- Honestidad

1.6 Objetivo General

Diseñar un estudio de factibilidad para la implementación de una zona de recreación familiar en la ciudad de Quevedo, dedicada a la sana diversión de las familias a fin de favorecer al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la ciudad y de las áreas circundantes, que permita establecer la aceptación del servicio y su crecimiento financiero.

1.7 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado identificando la demanda potencial, análisis la oferta, el poder adquisitivo del mercado, determinación de precios del servicio y canales de comercialización.

- Desarrollar un estudio técnico para elegir la ubicación recomendable del negocio, determinar el tamaño del sitio, recursos físicos, humanos y tecnológicos necesarios para la implementación, estructura administrativa y la distribución interna de todos los procesos de la organización.

- Formalizar los aspectos legales vigentes para la ejecución de este tipo de negocio.

- Ejecutar la evaluación financiera para determinar la viabilidad del proyecto del presente trabajo de titulación.

CAPITULO II

2 ESTUDIO DE MERCADO

La investigación del presente proyecto es de naturaleza aplicada ya que confronta las teorías versus el análisis de las condiciones que nos ofrece las realidades del mercado. El desarrollo de la investigación estará basado en datos cuantitativos las cuales se apoyan en pruebas estadísticas tradicionales. La forma más común de clasificar las exploraciones es aquella que pretende ubicarse en el tiempo y distingue entre la investigación de las cosas pasadas (Histórica), de las cosas del presente (Descriptiva) y de lo que puede suceder (Experimental), todos estos son tipos de investigación de la gama aplicada.

Tomaremos al método descriptivo el cual trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la presentación de una interpretación correcta. Esta metodología puede contener con las siguientes clases de estudios: encuestas, casos, exploratorios, de desarrollo, predictivos, de conjuntos, de correlación. Estos procedimientos de investigación permiten obtener un mejor resultado de los potenciales clientes para la toma de la muestra de la población quevedeña.

2.1 Fuentes y Técnicas para la recolección de la información

Para la recolección de la información se requiere recolectar, analizar, tabular y graficar los resultados de la investigación, con el objetivo de determinar si es aceptada la idea de negocio en la ciudad de Quevedo y si es factible o no poner en marcha el estudio de factibilidad.

Fuentes Primarias

Se aplicara el método de encuestas a la muestra de la población seleccionada, para obtener la cantidad de información necesaria para el desarrollo del proyecto. La recolección será a través de una investigación de campo que se llevará a cabo en Quevedo para observar los posibles lugares donde se va a establecer el parque. Estos datos nos ayudaran a determinar aspectos como el lugar de preferencia, ventajas, desventajas y el entorno que lo rodea.

Fuentes Secundarias

Se utilizaran como fuentes secundarias como libros informes públicos y diversas páginas de Internet relacionados con el tema propuesto, tratando de apoyar la tesis con la mayor cantidad de información posible para el desarrollo de la actividad. (Mcdaniel & Gates, 2005) ¹⁰

2.2 Tipo de Producto

El parque se lo puede considerar dentro de la categoría de ocio, en el que se encontraran atracciones mecánicas, espectáculos, zona para comidas rápidas y otros tipos de infraestructuras destinadas para el entretenimiento y recreación familiar. Los juegos mecánicos han sido cotizados en las empresas en varias empresas chinas, entre las que se citan a Zhengzhou Ali Brothers Import & Export Co. Ltda. y Guangzhou Changyao Electronic Co. Ltd., las mismas que cuentan con certificación de calidad ISO. (Ver ANEXOS 2)

¹⁰ Entorno externo del marketing en los cibermercados, Carl Mcdaniel, México 2005.

2.3 Análisis del Entorno Interno y Externo

Una vez que hemos obtenidos datos suficientes, es importante conocer puntualmente cuál es la situación del mercado con el fin de realizar un análisis DOFA¹¹.

Fortalezas

- Será el primer parque de diversiones en la ciudad de Quevedo.
- Perfecta ubicación estratégica.
- El diseño y las instalaciones de este parque no tendrá comparación.
- Posibilidad de asociaciones empresariales, locales e instituciones educativas
- Ofrece varias alternativas de diversión y para todas las edades.

Debilidades

- No contar con recursos económicos suficientes para la inversión inicial.
- Que la infraestructura del parque no cuente con la capacidad adecuada para cubrir toda la demanda insatisfecha.
- Costos de operación adicionales inherentes al negocio.
- Desperfectos mecánicos imprevistos.
- Creación de ofertas similares.

Oportunidades

- Alto interés por la población quevedeña en visitar el nuevo parque de diversiones.
- Otorgar a Quevedo y a la provincia de los Ríos un Parque de diversiones.
- Fomentar el desarrollo económico, social y cultural de la ciudad.
- Posibilidad de realizar canjes publicitarios y convenios con empresas y entidades educativas.

¹¹ DOFA es una metodología de estudio de la situación interna y externa de una empresa.

- Creación de nuevos empleos que estimulen el crecimiento económico de la zona.
- Posibilidad de crear Franquicias en otras ciudades.

Amenazas

- Poca seguridad en la ciudad lo cual podría ocasionar dificultades.
- Problemas por conveniencia o intereses políticos y municipales.
- La percepción de los consumidores sobre el podrían pensar que el servicio es costoso.
- Que ocurra un fenómeno climatológico que merme las visitas o el desenvolvimiento de las actividades del parque.

Consolidando la información de las 4 variables se establece en la siguiente matriz:

Tabla 2–1 Análisis DOFA - Entorno Interno y Externo

		ANÁLISIS EXTERNO DEL ENTORNO	
		Oportunidades	Amenazas
<p>ANÁLISIS DOFA Implementación de una zona de recreación familiar (parque de Juegos) en la ciudad de Quevedo</p>		<ul style="list-style-type: none"> • La sociedad cada día necesita espacios para la diversión y esparcimiento. • Dotar a Quevedo y a la provincia de los Ríos un Parque de diversiones. • Fomentar el desarrollo económico, social y cultural de la ciudad. • Los colegios y empresas de la ciudad, podrían tocar con lugares para realizar convivencias y/o actividades de esparcimiento para sus estudiantes. • Crear espacios para el encuentro familiar. • Crecimiento económico a través de generación de nuevos empleos. • Posibilidad de crear Franquicias en otras ciudades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca seguridad en la ciudad lo cual podría ocasionar dificultades. • Problemas por conveniencia o intereses políticos y municipales. • Paradigma de la percepción de lo que la empresa brindará al consumidor versus la expectativa que los clientes esperan recibir del servicio.
ANÁLISIS INTERNO DEL ENTORNO	Fortaleza	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
	<ul style="list-style-type: none"> • Primer parque de diversiones en Quevedo. • Diversión para todas las edades. • La infraestructura de este parque será única en la ciudad. • Ubicación estratégica bien definida. • Alta posibilidad de crear asociación con pequeñas y medianas empresas, Asociaciones locales y Colegios. Ofrece varias alternativas de diversión. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicar todas las estrategias del primer jugador para abrir el mercado. 2. Crear y potenciar lazos comerciales con empresas y colegios. 3. Ofrecer diversidad de servicios en un solo lugar. 4. Fidelizar a largo plazo la relación con los clientes ofreciendo servicios y atracciones para todas las edades. 5. Crear planes de turismo destacando los beneficios del parque, sus áreas verdes y cuidado al medio ambiente. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vender la idea a las autoridades de la ciudad que el negocio es un mecanismo para disminuir los niveles sociales de violencia estrés y aislamiento. 2. Aprovechamiento de la ubicación por estar cerca del río, eso incrementará el turismo interno y aprecio de sus habitantes. 3. Se genera fuentes de trabajo y se reduce el índice de pobreza de la población interna.
	Debilidades	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<ul style="list-style-type: none"> • No contar con recursos económicos para la puesta en marcha del negocio. • Tener poca capacidad de negociación con los proveedores. • Los precios por los servicios podrían ser onerosos para el target seleccionado por bajo poder adquisitivo. • No contar con la infraestructura adecuada para albergar a toda la demanda insatisfecha de la ciudad. • Costos muy elevados para la adecuación del negocio. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entrevistar con diferentes inversionistas sobre la atractivo de realizar sus eventos en las instalaciones del parque temático. 2. Establecer un nivel de precios razonable, campañas y promociones acordes a las necesidades de los habitantes del sector. 3. Realizar un diseño práctico del parque de diversiones que permita alargar a todos los visitantes sin complicaciones. 4. Tener toda la señalética adecuada para los atractivos del parque, salud, seguridad e incendios. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seleccionar una vía de fácil acceso para los habitantes de la ciudad de quevedo. 2. Soporte y permisos legales suficientes para la puesta a punto del parque temático. 3. Preocuparse de retroalimentar y capacitar continuamente al personal sobre la calidad del servicios al cliente orientada hacia los procesos dentro del parque. 	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por autores

ESTRATEGIAS FO

- Aplicar todas las habilidades del primer jugador dentro del mercado.
- Establecer lazos comerciales con organizaciones, asociaciones y colegios.
- Fidelizar a largo plazo la relación con los consumidores ofreciendo servicios y atracciones para todas las edades.
- Realizar paquetes turísticos enfatizando los beneficios del parque, áreas para eventos y responsabilidad con el medio ambiente.
- Ofrecer diversidad de actividades en un mismo lugar.

ESTRATEGIAS DO

- Visitar varios inversionistas para que conozcan el portafolio de servicios y eventos que puede ofrecer Fantasy Park como parque temático.
- Establecer un nivel de precios acorde al poder adquisitivo de los habitantes del sector.
- Diseñar un parque funcional que permita alojar a todos los visitantes.
- Utilizar señalética apropiada para los atractivos del parque, salud, seguridad e incendios.

ESTRATEGIAS FA

- Difundir a las autoridades del cantón los beneficios que produciría tener un parque de diversiones en el plano social, moral, familiar, ecológico entre otros.
- Explotación de la ubicación geográfica ya que están cerca del río incrementa el turismo interno.
- Se reduce el índice de pobreza de la urbe creando fuentes de trabajo.

ESTRATEGIAS DA

- Escoger una vía de fácil acceso para los quevedeños y visitantes del sector.
- Estar actualizado en cuanto a permisos legas de funcionamiento para la construcción del parque.
- Capacitar continuamente al personal sobre calidad en atención y servicios al cliente orientado hacia los procesos dentro del parque.

2.4 Marca, Slogan y Logo

Ilustración 2-1 Logo del Parque



Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por autores

La marca seleccionada o nombre de fantasía para el parque de diversiones es “**Fantasy Park**”. ¿De dónde proviene el nombre Fantasy Park?: viene del término en español parque de fantasía en donde la palabra “fantasía” se emplea ampliamente en un sentido psicológico que atrae al común denominador a vivir el presente como un sueño hecho realidad.

El parque promoverá la diversión en las familias quevedeñas, constituyéndose en el único sitio temático de Quevedo reconocido por su amplia gama de servicios e innovación.

El eslogan que identifica al parque de diversiones es **“Donde tus sueños se hacen realidad”**.

2.5 Segmento del Mercado

El mercado objetivo de Fantasy Park son las familias y en general los hogares conformados por personas económicamente activas que van en edades desde los 18 años hasta los 65 años, en este segmento se encuentra la muestra potencial de clientes. Sin embargo el tipo de negocio está encaminado a toda clase de personas que les guste disfrutar de espacios de distracción y sana diversión. Adicional se resalta la posibilidad de captar empresas de toda clase, centros educativos y universidades los cuales son nichos de mercado significativo.

2.5.1 Cálculo de la Muestra

Toda muestra debe ser representativa de la población, existen varios métodos para seleccionarla y factores que tomar en consideración como el dinero, el tiempo, la situación geográfica, la naturaleza misma de la población entre otras. El cálculo del tamaño de la muestra son aspectos importantes en la investigación porque determina el grado de credibilidad de los resultados obtenidos.

Una de las fórmulas más utilizadas para el análisis de datos es la siguiente:

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

Dónde:

N = Es el tamaño de la población.

σ = Es la desviación estándar de la población, suele emplear un valor constante de 0,5.

Z = Es nivel de confianza que indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean aptos. El valor seleccionado para el estudio es del 95%.

e = Es el límite aceptable de error muestral, suele utilizarse porcentajes entre el 1% al 9%. Valor elegido para este estudio es 5%.

n = Es el tamaño de la muestra.

Tabla 2-2 Estructura de la Población Económicamente Activa

Ocupación	CENSO AÑO 2010		PROYECCION AÑO 2014		
	Datos del INEC		i% de crecimiento 1,8%		
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	totales
EMPLEADO U OBRERO DEL ESTADO	3175	2488	3410	2672	6082
EMPLEADO U OBRERO PRIVADO	15692	5875	16853	6310	23162
PATRONO	1001	578	1075	621	1696
SOCIO	331	191	355	205	561
CUENTA PROPIA-INDEPENDIENTE	11398	6250	12241	6712	18953
				N =	50454

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por autores

Esta segmentación ideal para el proyecto es la población económicamente activa de 50,454 habitantes con características similares, con la que procederemos a tabular el tamaño de la muestra.

Los valores de las variables para este estudio serán los siguientes:

N = 50.454 habitantes idóneos dentro de la ciudad de Quevedo.

e = 0,05

σ = 0,5

Z = 1,96

Aplicación la formula al desarrollo:

$$n = \frac{50.454 * 0.5^2 * 1.96^2}{(50.454 - 1)0.05^2 + 0.5^2 * 1.96^2}$$

$n = 381.26458362$ o equivalente a **381 personas**.

De acuerdo a los resultados, la encuesta se debe ser aplicada a 381 habitantes de la ciudad de Quevedo.

2.5.2 Tipo de Muestreo

Para este de muestreo se tomo en cuenta realizar encuestas tomando datos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos sobre la población económicamente activa realizada en el año 2010¹² y el índice de crecimiento de la población del 1.8% al año. (Ver ANEXOS 3 - INEC, 2010)

Tabla 2-3 Análisis de la muestra

Ocupación	CENSO AÑO 2010		PROYECCION AÑO 2014			% Participacion del total de la poblacion	n = tamaño de la muestra	# de encuestas aplicar por ocupación
	Datos del INEC		i% de crecimiento 1,8%					
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	totales			
EMPLEADO U OBRERO DEL ESTADO	3175	2488	3410	2672	6082	12%		46
EMPLEADO U OBRERO PRIVADO	15692	5875	16853	6310	23162	46%		175
PATRONO	1001	578	1075	621	1696	3%	381	13
SOCIO	331	191	355	205	561	1%		4
CUENTA PROPIA-INDEPENDIENTE	11398	6250	12241	6712	18953	38%		143
				N =	50454			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por autores

De acuerdo al censo realizado por el INEC en el año 2010 en el cantón Quevedo existe un crecimiento en la población al año 2014 de 193,308 habitantes en la ciudad en donde la población económicamente activa son 50,454 habitantes entre hombres y mujeres para los cuales solo se tomo en consideración a ciertos niveles u ocupaciones con las siguientes:

¹² Resultados del Censo 2010 de la población y vivienda en el Ecuador.

- Empleados Públicos 6082 personas que representan un 12% de participación con respecto a la muestra.
- Empleados Privados 23162 personas que representan un 46% de la participación con respecto a la muestra.
- Patronos con 1696 personas con un 3% de participación con respecto a la muestra con respecto a la muestra.
- Socios con 561 personas con el 1% de participación con respecto a la muestra con respecto a la muestra.
- Independientes o dueños de negocios con 18953 personas alcanzando un 38% de la participación con respecto a la muestra.

Ilustración 2-2 Estructura de la Población Económicamente Activa



Fuente: INEC

Elaborado: Por autores

2.6 Diseño de la encuesta

Encuesta

1.- Cuántas personas integran su hogar?

1 2 3 4 5 más de 5

2.- ¿Qué sitios prefiere visitar para su distracción - recreación con los integrantes de su hogar?

Cine

centros comerciales

Restaurantes

lugares de esparcimientos públicos

parques de diversión familiar

piscina

3.- ¿Cuántas veces al mes usted frecuenta lugares de diversión familiar?

1	A	2	Veces	<input type="checkbox"/>
3	A	4	Veces	<input type="checkbox"/>
5	A	6	Veces	<input type="checkbox"/>
7	A	8	Veces	<input type="checkbox"/>
9	A	10	Veces	<input type="checkbox"/>

4.- ¿Cuánto invierten en diversión?

\$ 10,00	A	\$ 20	<input type="checkbox"/>
\$ 21,00	A	\$ 30	<input type="checkbox"/>

\$ 31,00	A	\$ 40	<input type="checkbox"/>
\$ 41,00	A	\$ 50	<input type="checkbox"/>
más de \$ 51,00			<input type="checkbox"/>

5.- Si existiera en Quevedo un lugar que le permita disfrutar con su familia en un ambiente acogedor, seguro y que le permita tener una experiencia emocionante, ¿Lo visitaría?

si No

6.- ¿Estaría dispuesto a pagar por los servicios y atracciones brindados en el parque?

si No

7.- Elija el rango que estaría dispuesto a pagar por una entrada para disfrutar los servicios y atracciones del parque.

\$ 5	a	\$ 10	<input type="checkbox"/>
\$ 11	a	\$ 15	<input type="checkbox"/>
\$ 16	a	\$ 20	<input type="checkbox"/>
\$ 21	a	\$ 25	<input type="checkbox"/>

8.- ¿En qué horarios usted visitaría el parque de lunes a jueves?

10:00 am a 13:00 pm

14:00 pm a 17:00 pm

9.- ¿En qué horarios usted visitaría el parque los viernes, sábados, domingos y festivos?

10:00 am a 13:00 pm

14:00 pm a 17:00 pm

17:00 pm a 20:00 pm

10.- ¿Qué servicios adicionales les gustaría encontrar en el parque de diversiones?

venta de recuerdos

zoológico

paseo a caballo

juego de bolos

alimentar peces

cajero automático

salón de eventos

11.- ¿En qué zona de la ciudad le gustaría que estuviera ubicado el parque?

vía valencia

vía buena fe

vía el empalme

vía san Carlos

ruta del río

2.6.1 Recolección de datos

Después de escoger el tipo de muestreo, se realizó un ensayo para validar la aceptación de la encuesta y garantizar que el diseño sea sencillo y fácil de entender para las personas a encuestar. Se tomó una muestra piloto de 5% del total, este 5% representa 19 encuestas realizadas a personas de los diferentes segmentos analizados, este piloto dio como resultado la aceptación de la encuesta y permitió hacer algunas modificaciones de forma y de fondo en varias preguntas que contenía. Se realizó los ajustes, se siguió con la toma de datos.

2.7 Análisis de las Encuestas

La encuesta realizada estuvo dirigida a un grupo de personas clasificadas en familias, que se constituyó como mercado objetivo del proyecto, y que permitió analizar sus gustos y preferencias; así como también, determinar otras variables demográficas y conductuales que sirvieron para analizar datos relevantes en la presente investigación.

Para determinar el tamaño de la muestra se investigó a 381 personas que trabajan en los sectores público y privado en la ciudad de Quevedo y sus zonas de influencia; es decir, personas que forman parte de la población económicamente activa y que constituyen el mercado objetivo.

En la encuesta realizada se realizaron las siguientes preguntas:

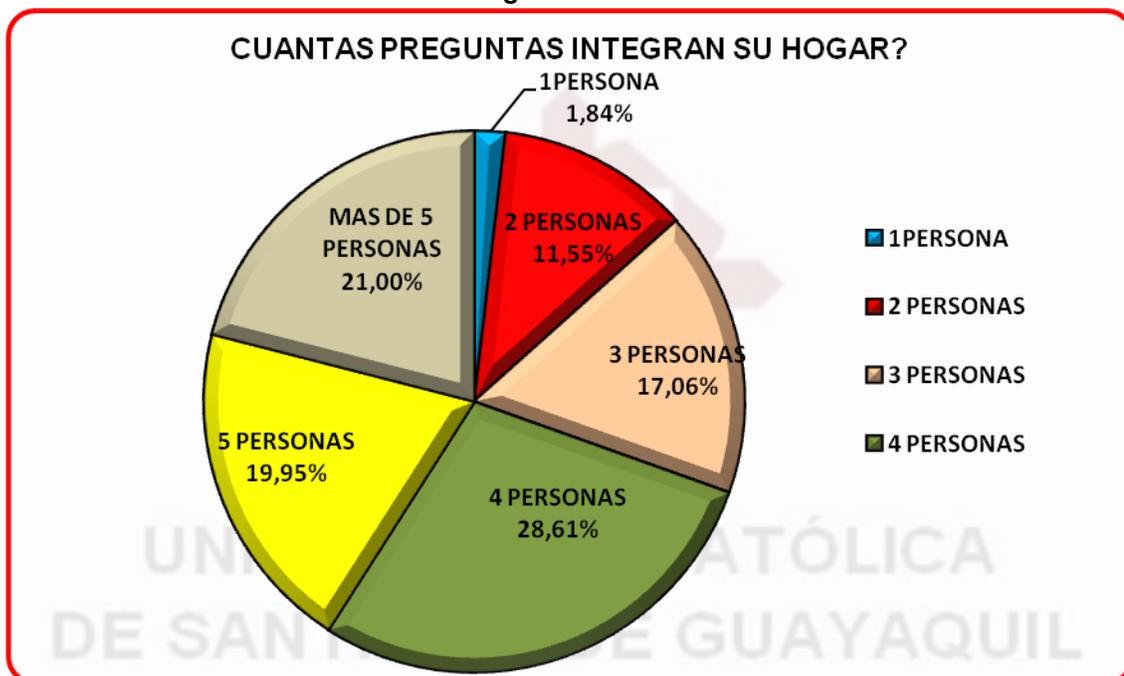
2.7.1 Análisis de pregunta 1

- ¿CUANTAS PERSONAS INTEGRAN SU HOGAR?

Tabla 2-4 Encuesta-Pregunta 1

INTEGRANTES	HOGARES	% PROMEDIO
1	7	1,84
2	44	11,55
3	65	17,06
4	109	28,61
5	76	19,95
MAS DE 5	80	21,00
TOTAL	381	100,00

Ilustración 2-3 Encuesta – Pregunta 1



Fuente: Resultado de las encuestas aplicadas
Elaborado por: Autores

Del análisis de las encuestas se determina que la composición de las familias en la ciudad de Quevedo está dada de la siguiente forma: 1,84% de los encuestados viven solos, de dos integrantes o miembros el 11,55%, de tres el 17,06%, de cuatro el 28,61%, de cinco el 19,95% y de más de cinco el 21% de la población. Siendo el mayor porcentaje las familias integradas por 4 personas.

Para identificar los lugares que las familias quevedeñas prefieren visitar, realizamos la siguiente pregunta:

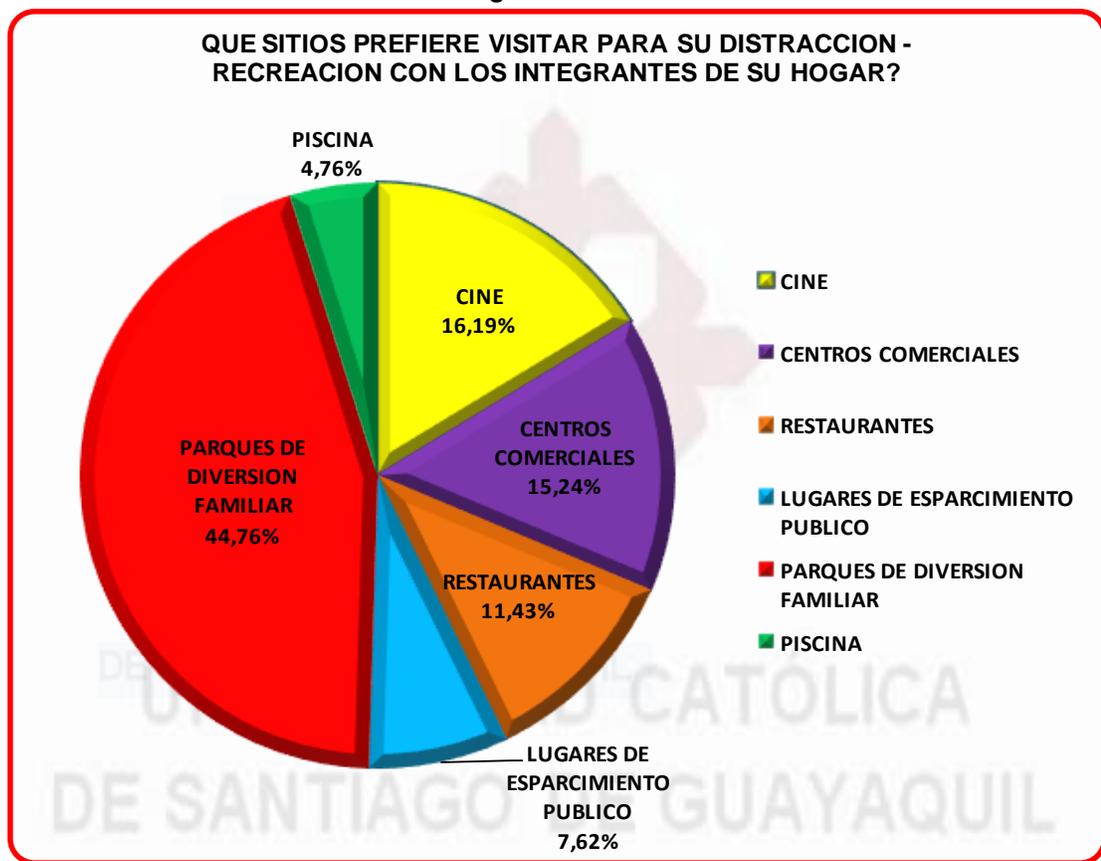
2.7.2 Análisis de pregunta 2

- **¿QUE SITIOS PREFIERE VISITAR PARA SU DISTRACCION - RECREACION CON LOS INTEGRANTES DE SU HOGAR?**

Tabla 2-5 Encuesta-Pregunta 2

LUGARES	HOGARES	% DE PREFERENCIA
CINE	62	16,19
CENTROS COMERCIALES	58	15,24
RESTAURANTES	44	11,43
LUGARES DE ESPARCIMIENTO PUBLICO	29	7,62
PARQUES DE DIVERSION FAMILIAR	171	44,76
PISCINA	18	4,76
TOTALES	381	100

Ilustración 2-4 Encuesta – Pregunta 2



Fuente: Resultado de las encuestas aplicadas

Elaborado por: Autores

Analizada la muestra se puede observar que la preferencia más alta es visitar parques de diversión familiar el 44.76%, seguido por cine con 16.19%, centros comerciales el 15,24% y restaurantes el 11,43%. Los lugares de menor preferencia son: esparcimiento público el 7,62% y piscinas con 4,76%.

Con este muestreo se observa que el mayor número de encuestados prefieren un lugar donde se puedan divertir en familia. Ahora, para conocer con qué frecuencia al mes las familias visitan un lugar de diversión, realizamos la siguiente pregunta:

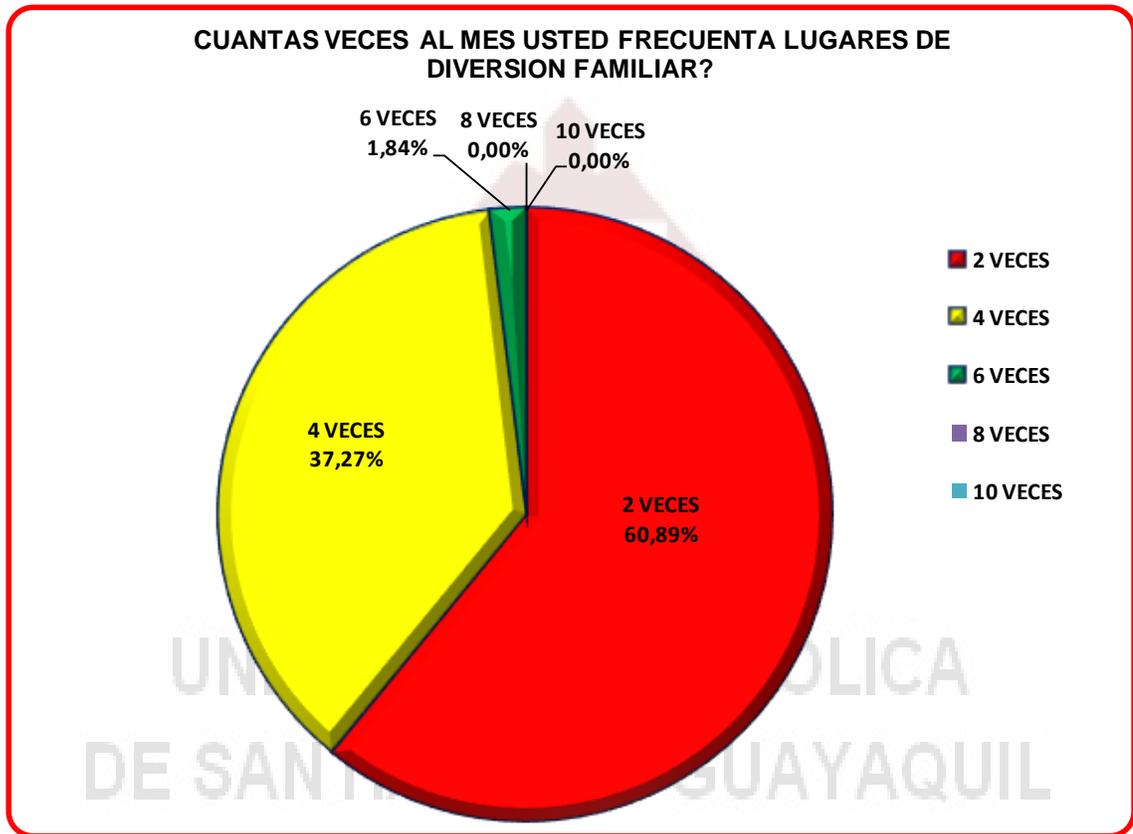
2.7.3 Análisis de pregunta 3

- ¿CUANTAS VECES AL MES USTED FRECUENTA LUGARES DE DIVERSION FAMILIAR?

Tabla 2-6 Encuesta-Pregunta 3

RANGO DE VISITAS			HOGARES (f)	% DE VISITAS	VALOR PROMEDIO (M)	TOTAL PERSONAS POR RANGO (fM)
1	A	2	232	60,89	1,50	348
3	A	4	142	37,27	3,50	497
5	A	6	7	1,84	5,50	38,5
7	A	8	0	0,00	7,50	0
9	A	10	0	0,00	9,50	0
TOTAL			381	100,00	27,50	883,50

Ilustración 2-5 Encuesta – Pregunta 3



Fuente: Resultado de las encuestas aplicadas
Elaborado por: Autores

Los resultados dan referencia de cuantas veces las familias podrían visitar el parque y poder calcular el número de visitantes aproximados que se tendría mensualmente.

De la encuesta se deduce que mensualmente el 60.89% busca visitar lugares de diversión familiar mínimo 2 veces, el 37.27%, 4 veces; y el 1.84% lo hace en una frecuencia de 6 veces, siendo esta última la más baja. Con estos resultados se puede deducir que las familias estarían dispuestas a visitar por lo menos dos veces al mes un parque de diversiones como lugar de recreación familiar; considerando, que Fantasy Park sería el primero en este concepto dentro de la ciudad.

Para conocer sobre el valor que las familias quevedeñas destinan de su presupuesto en diversión en cada salida, se formuló la siguiente pregunta; a fin que permita determinar cuál sería el posible ingreso mensual por concepto de ventas y poder hacer las correspondientes proyecciones.

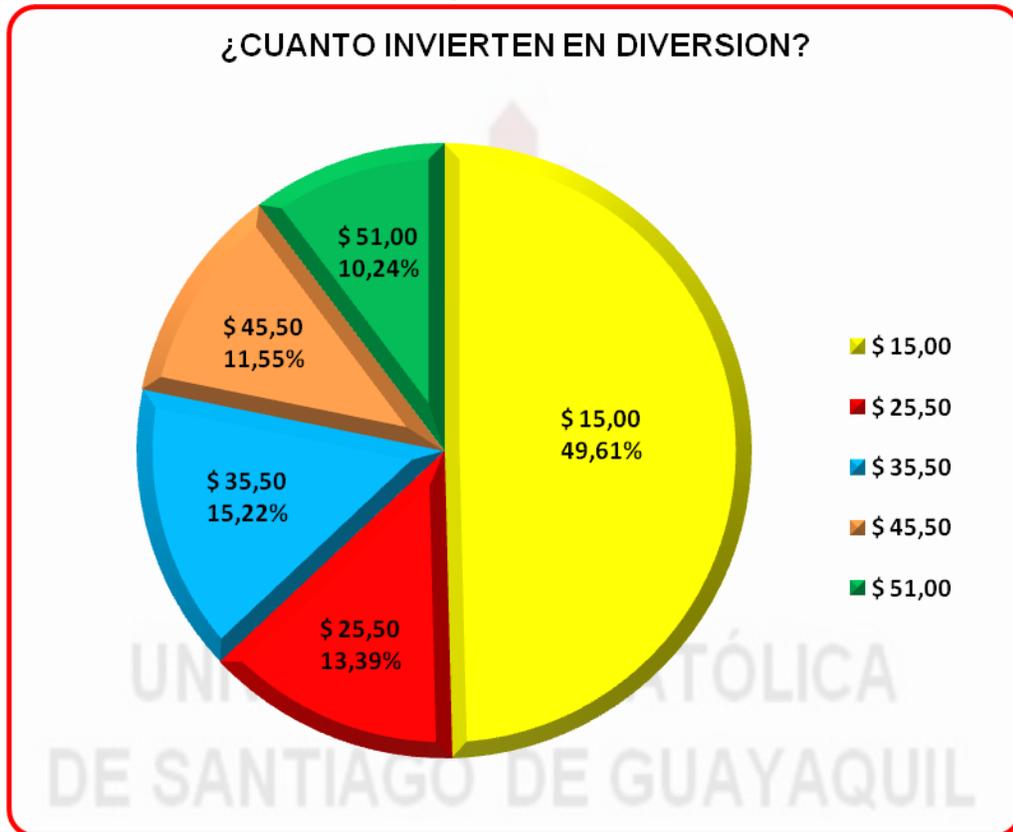
2.7.4 Análisis de pregunta 4

- ¿CUANTO INVIERTEN EN DIVERSION?

Tabla 2-7 Encuesta-Pregunta 4

RANGO DE GASTO			HOGARES (f)	% DE GASTO POR DIVERSION	PROMEDIO DE GASTO (M)	TOTAL GASTO POR RANGO (fM)
\$ 10,00	A	\$ 20	189	49,61	\$ 15,00	\$ 2.835,00
\$ 21,00	A	\$ 30	51	13,39	\$ 25,50	\$ 1.300,50
\$ 31,00	A	\$ 40	58	15,22	\$ 35,50	\$ 2.059,00
\$ 41,00	A	\$ 50	44	11,55	\$ 45,50	\$ 2.002,00
MAS DE \$ 51,00			39	10,24	\$ 51,00	\$ 1.989,00
TOTALES			381	100	172,5	\$ 10.185,50

Ilustración 2-6 Encuesta – Pregunta 4



Fuente: Resultado de las encuestas aplicadas
Elaborado por: Autores

Como resultado se observa que el 49.61% de las familias invierten mínimo \$15 en cada salida, el 15.22% gastan en promedio de \$35.50, el 13.39%, \$ 25.50, el 11.55%, \$45.50 y el 10.24% restante, consumen en promedio \$ 51 en cada salida con su familia.

Podríamos decir que la mayor parte de la población invierte mínimo \$ 15 en cada salida con su familia cuando salen por diversión.

Conociendo la carencia de lugares para diversión familiar en la ciudad de Quevedo realizamos la siguiente pregunta para saber si las familias están dispuestas a visitar un parque de diversiones que sea privado y les brinde un ambiente acogedor, seguro, permitiéndoles tener una experiencia emocionante.

2.7.5 Análisis de pregunta 5

- SI EXISTIERA EN QUEVEDO UN LUGAR QUE LE PERMITA DISFRUTAR CON SU FAMILIA EN UN AMBIENTE ACOGEDOR, SEGURO Y QUE LE PERMITA TENER UNA EXPERIENCIA EMOCIONANTE, ¿LO VISITARIA?

Tabla 2-8 Encuesta - Pregunta 5

RESPUESTA	HOGARES	%
SI	370	97,11
NO	11	2,89
TOTAL	381	100,00

Ilustración 2-7 Encuesta – Pregunta 5



Fuente: Resultado de las encuestas aplicadas
Elaborado por: Autores

En esta pregunta se les explicó a los encuestados que se trataba de un parque privado que brindaría seguridad dentro de un ambiente acogedor, permitiéndoles compartir en familia en un entorno agradable lleno de emociones, por lo que 97.11% dijeron que si, y el 2,89% respondieron que no.

Ahora es necesario saber el porcentaje de personas que estarían dispuestas a pagar por los servicios y atracciones que brindaría el parque, considerando que en la ciudad de Quevedo no existe ningún; y, que el concepto de parque para la mayoría son los lugares públicos.

Considerando esto se realizó realizamos la siguiente pregunta:

2.7.6 Análisis de pregunta 6

- ¿ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR LOS SERVICIOS Y ATRACCIONES BRINDADOS EN EL PARQUE?

Tabla 2-9 Encuesta-Pregunta 6

RESPUESTA	HOGARES	%
SI	363	95,28
NO	18	4,72
TOTAL	381	100,00

Ilustración 2-8 Encuesta – Pregunta 6



Fuente: Resultado de las encuestas aplicadas
Elaborado por: Autores

De la muestra estudiada se determina que el 95.28% de las familias están dispuestas a pagar por entrar a disfrutar de las atracciones del parque y el 4.72% no lo está. Sin embargo en vista que el tipo de negocio y la idea temática del parque no existe en el cantón Quevedo podríamos tomar como demanda potencial insatisfecha al 100% de las personas.

Para este estudio es importante saber cuánto estarían dispuestos a pagar por entrar y disfrutar de los juegos, se realizó la siguiente pregunta.

2.7.7 Análisis de pregunta 7

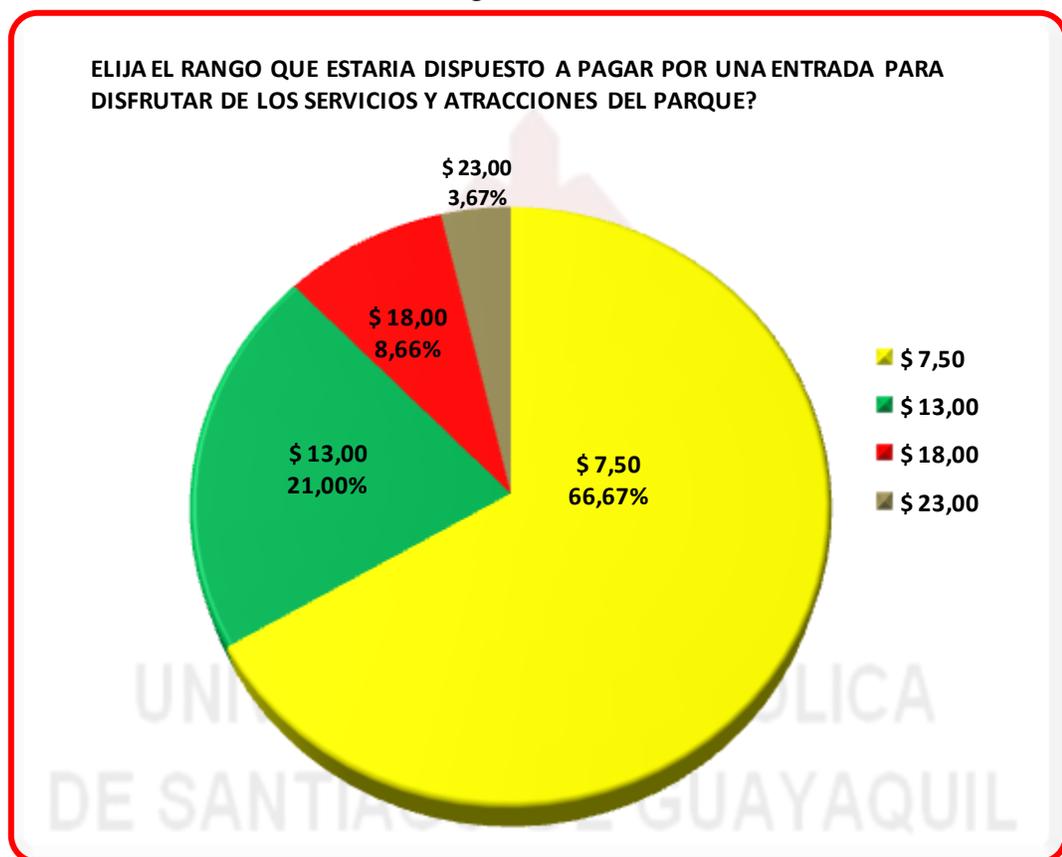
- **ELIJA EL RANGO QUE ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA ENTRADA PARA DISFRUTAR LOS SERVICIOS Y ATRACCIONES DEL PARQUE.**

Tabla 2-10 Encuesta-Pregunta 7

RANGO DE GASTO EN DOLARES			HOGARES	% DE PERSONAS	VALOR PROMEDIO (M)	TOTAL POR RANGO (fM)
\$ 5	A	\$ 10	254	66,67	\$ 7,50	\$ 1.905,00
\$ 11	A	\$ 15	80	21,00	\$ 13,00	\$ 1.040,00
\$ 16	A	\$ 20	33	8,66	\$ 18,00	\$ 594,00
\$ 21	A	\$ 25	14	3,67	\$ 23,00	\$ 322,00
TOTALES			381	100	\$ 61,50	\$ 3.861,00

Que promediados nos dieron la siguiente respuesta:

Ilustración 2-9 Encuesta – Pregunta 7



Fuente: Resultado de las encuestas aplicadas

Elaborado por: Autores

De los 381 encuestados el 66.67% indicó que su promedio sería de \$ 7.50 por la entrada, seguido del 21% que estaría dispuesto a pagar \$13, el 8.66% \$ 18 y el 3.67% pagaría \$ 23.

Esta respuesta da una clara visión de lo que se puede cobrar como entrada al parque y que sería aceptado por las personas.

Ahora, es necesario saber los horarios en los que estarían dispuestos a visitar el parque, considerando la probabilidad de los días entre semana, los fines de semana y feriados, y para ello se realizó las siguientes preguntas.

2.7.8 Análisis de pregunta 8

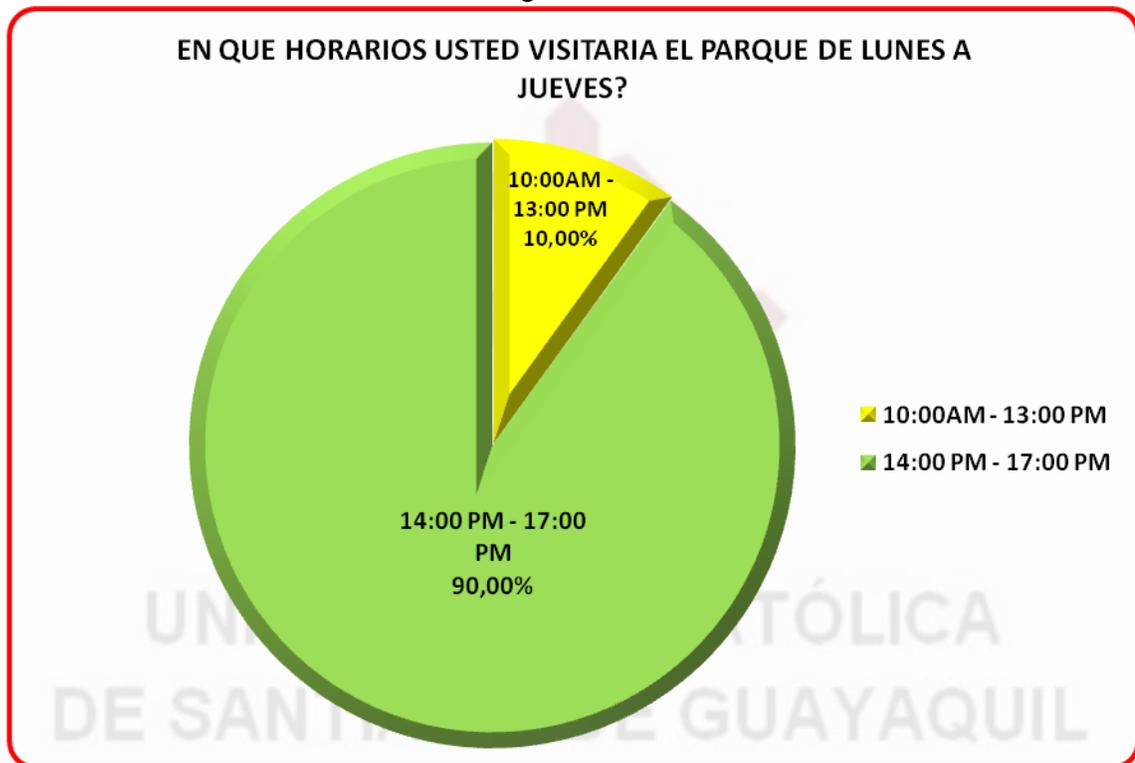
- ¿EN QUE HORARIOS USTED VISITARIA EL PARQUE DE LUNES A JUEVES?

Para esta pregunta se consideró dos horarios.

Tabla 2–11 Encuesta-Pregunta 8

RANGO DE VISITAS			HOGARES (f)	%	PROMEDIO DE GASTO (M)	TOTAL GASTO POR RANGO (fM)
10:00:00	A	13:00:00	38	10	11:30:00	5:00:00
14:00:00	A	17:00:00	343	90	15:30:00	12:30:00
TOTALES			381	100	3:00:00	17:30:00

Ilustración 2–10 Encuesta – Pregunta 8



Fuente: Resultado de las encuestas aplicadas
Elaborado por: Autores

Y para los fines de semana se consideró tres horarios:

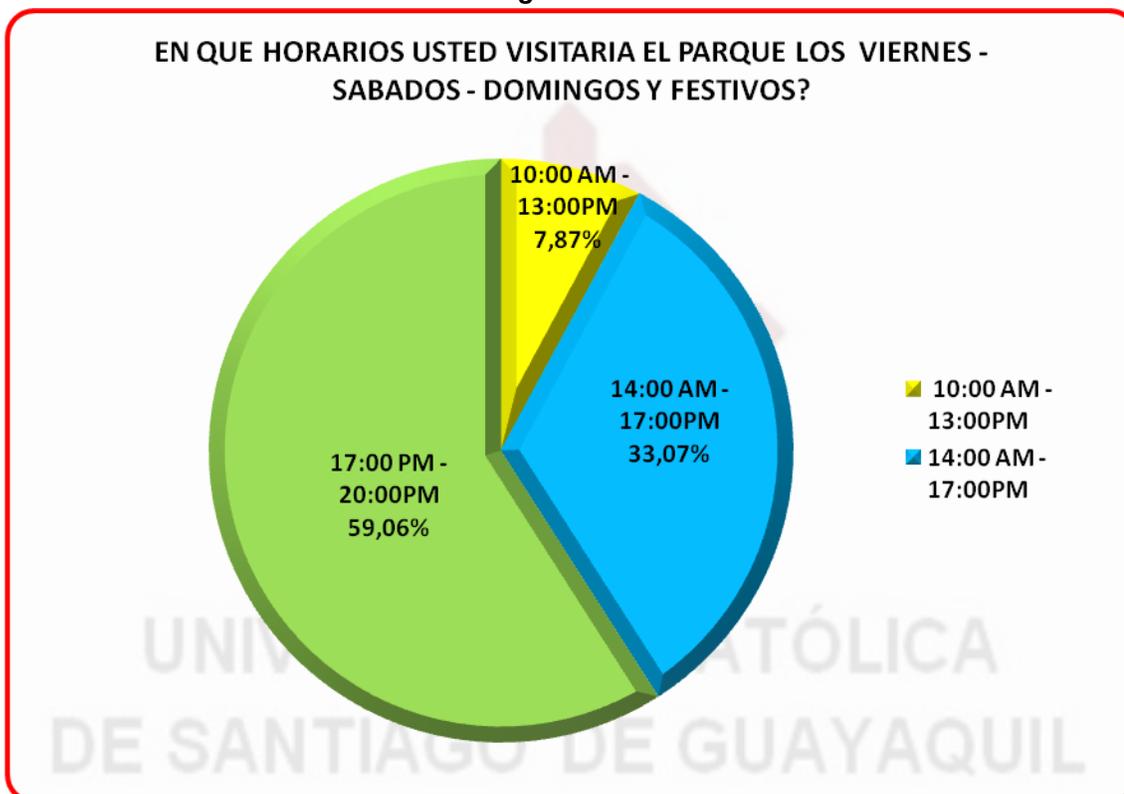
2.7.9 Análisis de pregunta 9

- ¿EN QUE HORARIOS USTED VISITARIA EL PARQUE LOS VIERNES - SABADOS - DOMINGOS Y FESTIVOS?

Tabla 2–12 Encuesta-Pregunta 9

RANGO DE VISITAS			HOGARES (f)	%	VALOR PROMEDIO HORAS(M)	TOTAL POR RANGO HORAS (fM)
10:00 AM	A	13:00 PM	30	7,87	3	90
14:00 PM	A	17:00 PM	126	33,07	7	882
17:00 PM	A	20:00 PM	225	59,06	3	675
TOTALES			381	100	13	1647

Ilustración 2–11 Encuesta – Pregunta 9



Fuente: Resultado de las encuestas aplicadas
Elaborado por: Autores

Es notable que el horario de la tarde tuvo la mayor aceptación dado que los padres trabajan entre semana y serían esas las horas que tendrían para compartir con sus hijos. Los resultados de la encuesta son los siguientes: de lunes a jueves el 90% de las personas prefieren visitar el parque de 14:00 a 17:00 y solo el 10% se animaría a visitarlo en la mañana en un horario de 10:00 am a 13:00.

Los fines de semana y feriados las personas que estarían dispuestas a visitar el parque representan el 59.06% en horario de 17:00 a 20:00, seguido del 33.07% en un horario de 14:00 a 17:00 y un 7.87% que estaría dispuesto a visitar el parque en un horario de 10:00 a 13:00.

Se considera que cada familia visitaría el parque en un promedio de 3 horas si es entre semana y 4 horas promedio los fines de semana y feriados.

Es importante conocer que más les gustaría encontrar a los visitantes dentro del parque, gustos y preferencias; así como alternativas de diversificación en servicios, para esto se consultó la siguiente pregunta que contiene varias opciones como alternativas.

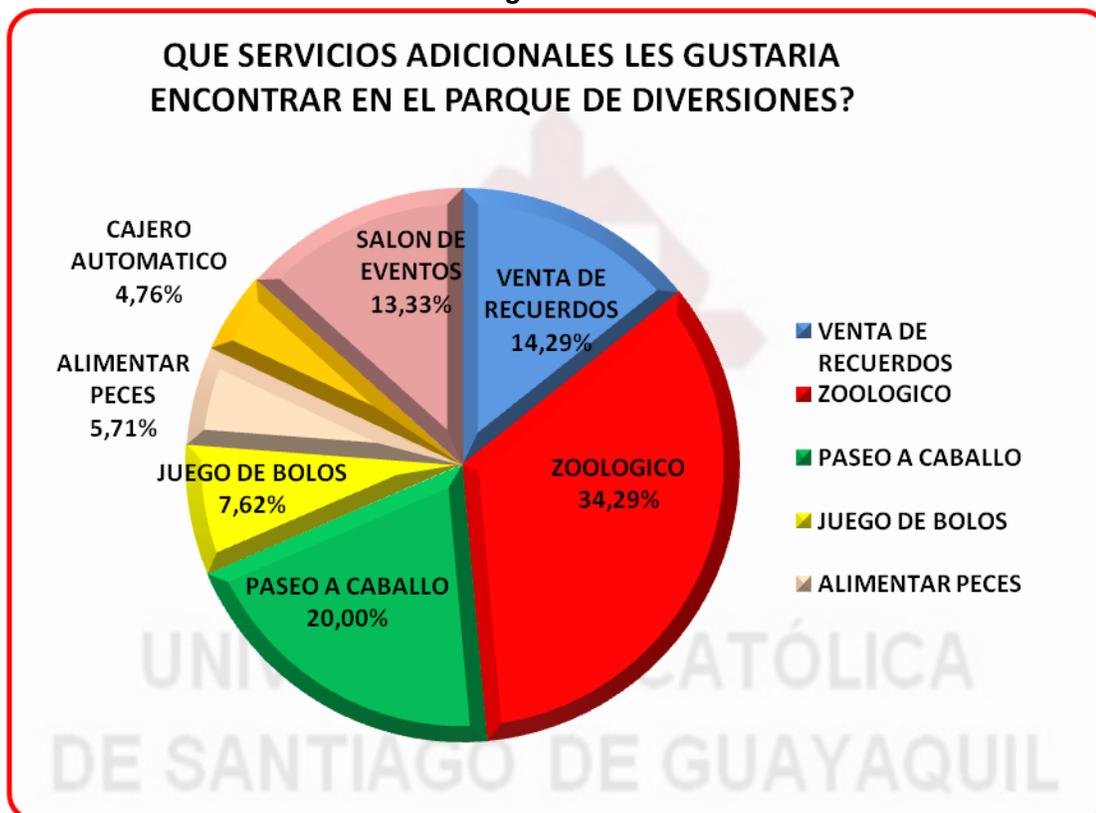
2.7.10 Análisis de pregunta 10

- ¿QUE SERVICIOS ADICIONALES LES GUSTARIA ENCONTRAR EN EL PARQUE DE DIVERSIONES?

Tabla 2-13 Encuesta-Pregunta 10

PREFERENCIAS	HOGARES	% DE HOGARES
VENTA DE RECUERDOS	54	14,29
ZOOLOGICO	131	34,29
PASEO A CABALLO	76	20,00
JUEGO DE BOLOS	29	7,62
ALIMENTAR PECES	22	5,71
CAJERO AUTOMATICO	18	4,76
SALON DE EVENTOS	51	13,33
TOTALES	381	100,00

Ilustración 2-12 Encuesta – Pregunta 10



Fuente: Resultado de las encuestas aplicadas
Elaborado por: Autores

Encontrar un zoológico llamó más la atención a las personas con un 34.29% de aceptación, esto deja ver que la naturaleza es muy apreciada por los visitantes y se debe considerar esta respuesta para que el parque cuente en gran parte con un ambiente natural; la segunda opción más alta fue paseo a caballo con un 20%, seguido del 14.29% que preferían un lugar donde se vendiesen recuerdos y un salón de eventos con un 13.33% de aceptación como las cifras más altas. Luego en porcentajes con menor preferencia está el juego de bolos con 7.62%, alimentar peces un 5.71%, finalmente el 4.76% la necesidad de encontrar un cajero automático.

Finalmente, para el presente estudio, se consideró de importancia conocer de parte de los encuestados en que zona de la ciudad le gustaría que esté ubicado el parque de diversiones, se consideraron todas las salidas de la ciudad como expectativas para la ubicación, y aplicada la encuesta se obtuvo la siguiente respuesta:

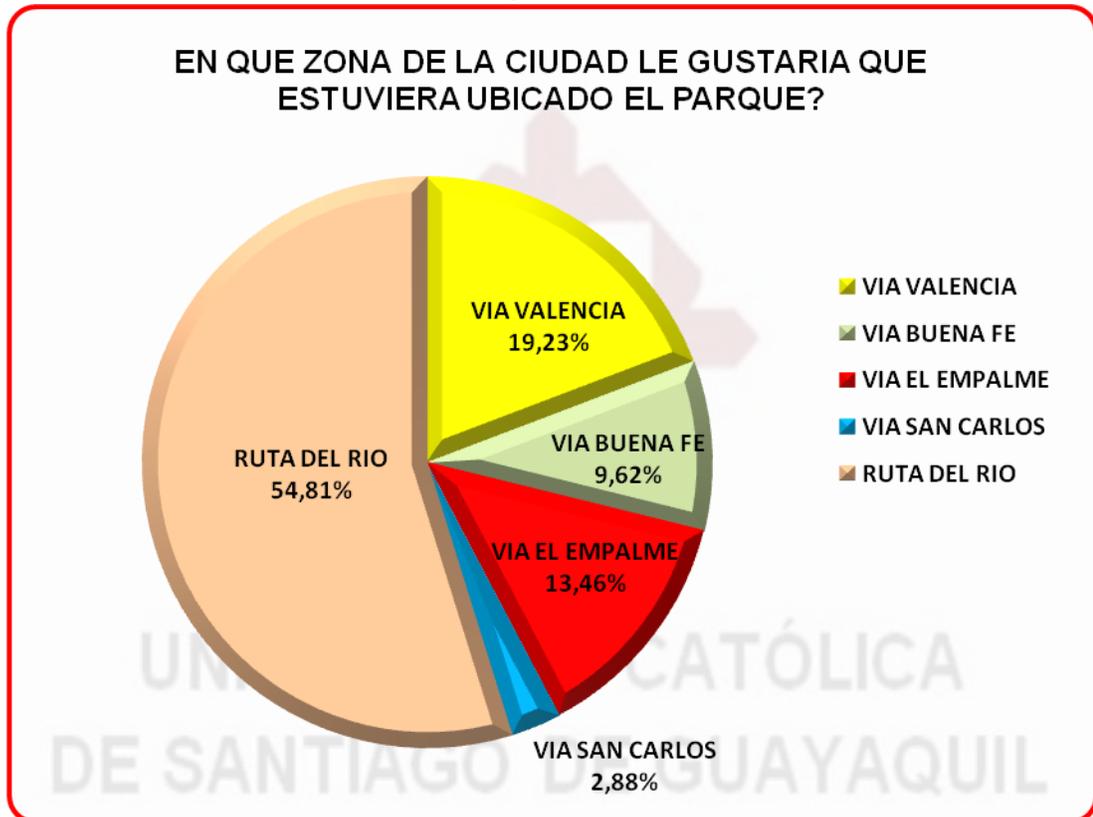
2.7.11 Análisis de pregunta 11

- ¿EN QUE ZONA DE LA CIUDAD LE GUSTARIA QUE ESTUVIERA UBICADO EL PARQUE?

Tabla 2-14 Encuesta-Pregunta 11

UBICACIÓN	HOGARES	% PREFERENCIA
VIA VALENCIA	73	19,23
VIA BUENA FE	37	9,62
VIA EL EMPALME	51	13,46
VIA SAN CARLOS	11	2,88
RUTA DEL RIO	209	54,81
TOTALES	381	100,00

Ilustración 2-13 Encuesta – Pregunta 11



Fuente: Resultado de las encuestas aplicadas

Elaborado por: Autores

El 54.81% de los encuestados prefirieron que el parque se encuentre en la Ruta del Río, su nombre está dado por encontrarse a orilla del río Quevedo, es un lugar amplio y actualmente se está desarrollando como zona de turismo y recreación. 19.23% como segunda opción eligieron la vía a Valencia y con 13.46% vía El Empalme; con menos aceptación: 9.62% vía Buena Fe y apenas un 2.88% la vía San Carlos.

Considerando que si existe espacio suficiente y apoyado que la mayor aceptación es la Ruta del río, se ha considerado que el parque se debe localizar en esa zona.

2.8 Análisis de la Oferta

El proyecto propuesto no cuenta dentro de la zona de mercado con oferta directa por lo tanto como competencia indirecta estará el centro comercial “Paseo Shopping” y parques del cantón, existen 10 parques importantes:

- Parque La Perla, ubicado en la parroquia El Guayacán
- Parque 7 de Octubre, ubicado en la parroquia de su mismo nombre
- Parque Lineal, ubicado en la parroquia 7 de octubre
- Parque del Velero, ubicado en la parroquia 7 de octubre
- Parque June Guzmán, ubicado en la calle Bolívar
- Parque del Bocachico, ubicado en la parroquia San Camilo
- Parque Nicolás Infante Díaz, ubicado en la parroquia San Camilo
- Parque San Camilo, ubicado en la parroquia San Camilo
- Parque Central, ubicado en el centro de la ciudad
- Parque San José, ubicado en la parroquia San José

Y en sus parroquias rurales San Carlos y La Esperanza.

2.8.1 Imágenes de los parques del cantón Quevedo

PARQUE LA PERLA

Ilustración 2-14 Parque la Perla



Fuente: Resultado de la investigación propia
Elaborado por: Autores

PARQUE LINEAL

Ilustración 2-15 Parque Lineal



Fuente: Resultado de la investigación propia
Elaborado por: Autores

PARQUE EL VELERO

Ilustración 2-16 Parque El Velero



Fuente: Resultado de la investigación propia

Elaborado por: Autores

PARQUE JUNE GUZMAN

Ilustración 2-17 Parque El Guzmán



Fuente: Resultado de la investigación propia
Elaborado por: Autores

PARQUE SAN JOSE

Ilustración 2-18 Parque San José



*Fuente: Resultado de la investigación propia
Elaborado por: Autores*

PARQUE DEL BOCACHICO

Ilustración 2-19 Parque del Bocachico



Fuente: Resultado de la investigación propia
Elaborado por: Autores

PARQUE NICOLAS INFANTE DIAZ

Ilustración 2-20 Parque Nicolás Infante Díaz



Fuente: Resultado de la investigación propia
Elaborado por: Autores

PARQUE SAN CAMILO

Ilustración 2-21 Parque San Camilo



*Fuente: Resultado de la investigación propia
Elaborado por: Autores*

Estas son las imágenes de los más importantes parques de la ciudad, no cuentan con juegos de recreación infantil en buenas condiciones y las canchas en su mayoría están en mal estado, adicional sumarle el factor inseguridad que hace que pasen vacíos.

2.8.2 Proyectos del municipio en la actual Alcaldía

En una visita realizada al departamento de planeamiento urbano del Ilustre Municipio de la ciudad nos explican los proyectos con relación a parques y zonas de esparcimiento familiar que tiene previsto desarrollar en la actual alcaldía.

- Creación de un parque con canchas de usos múltiples y acuáticos en la ruta del río.
- Un parque ecológico con zonas para caminar, ciclo vía y canchas.

Por las gestiones y trabajos que han realizado los últimos alcaldes es difícil creer que la ciudad contará con un lugar donde todos los quevedeños puedan asistir con tranquilidad y en familia a disfrutar de un momento de recreación familiar.

2.9 Establecer la oportunidad de negocio, mercado insatisfecho

Analizando la oferta de servicios que poseen los parques más trascendentes de Quevedo y asumiendo el resultado de las encuestas aplicadas a la población económicamente activa de la zona, se puede establecer que no hay una oferta directa comparable con el producto que ofrecerá Fantasy Park, por lo tanto se tomará como demanda insatisfecha la población total, es decir, N= 50.454 personas.

La encuesta fue aplicada a 381 personas y cada de ellas representa a una familia integrada a 4 miembros en promedio y por lo menos uno es menor de edad.

2.9.1 Determinación del precio de venta

Establecer el precio del servicio a ofrecer es muy importante, ya que de esto dependerá en gran medida la decisión de los consumidores sobre visitarnos, por esta razón debemos saber la preferencia de los clientes y tener equilibrio entre calidad de servicio y el precio; la mala fijación del mismo es una determinante que podría afectar la demanda esperada. Entonces es indispensable que el precio de entrada del servicio en el mercado, las estrategias que se utilizan, tales como promociones por paquetes a grupos empresariales, instituciones educativas, etc, estén acordes al ambiente en el que se desenvuelven los consumidores.

Tabla 2–15 Precios de introducción para el consumidor

AREA	PRECIO	TIEMPO	Nº PERSONAS	SEGMENTO	CAPACIDAD PERSONAS
Entrada al parque:					
Adultos	\$ 1,50	ilimitado	por persona	Todo público	
Niños hasta los 10 años	\$ 1,00	ilimitado	por persona	Todo público	
Area de Juegos al aire libre:					
Carrousell	\$ 1,50	3 minutos	por persona	Niños	9
Track car	\$ 1,50	3 minutos	por persona	Niños	12
Mini Ferris	\$ 1,50	3 minutos	por persona	Niños	10
Mini barca pirata	\$ 1,50	3 minutos	por persona	Niños	8
Botes de niños	\$ 3,00	5 minutos	por persona	Niños	1/6
Cancha Sintética	\$ 2,00	15 minutos	por persona	Niños	10
Gyroskopio humano	\$ 1,50	3 minutos	por persona	Adultos	6
Toro Mecánico	\$ 2,00	3 minutos	por persona	Adultos	1
Botes para adultos	\$ 3,00	5 minutos	por persona	Adultos	2/10
Go kart	\$ 5,00	10 minutos	por persona	Adultos	1/10
Carros Chocones	\$ 2,00	3 minutos	por persona	Todo público	1/10
Area de Juegos Internos:					
Dirty driving	\$ 1,50	3 minutos	por persona	Adultos	1
Outrun	\$ 1,50	3 minutos	por persona	Adultos	1
Sonic	\$ 1,50	3 minutos	por persona	Adultos	1
Manx TT	\$ 1,50	3 minutos	por persona	Adultos	1
LCD GP motor	\$ 1,50	3 minutos	por persona	Adultos	1
Virtual race horsing	\$ 1,00	3 minutos	por persona	Adultos	6
Juniro Basketball	\$ 1,00	3 minutos	por persona	Todo público	1
Crack crab	\$ 1,00	3 minutos	por persona	Todo público	1
Naughty ducks	\$ 1,00	3 minutos	por persona	Todo público	1
Rolls Royce	\$ 1,00	3 minutos	por persona	Todo público	1
Big eyes fishing	\$ 1,00	3 minutos	por persona	Todo público	1
Running horse	\$ 2,00	3 minutos	por persona	Todo público	1
Stream train	\$ 1,00	3 minutos	por persona	Todo público	1
5.0 version dancing machine	\$ 1,50	3 minutos	por persona	Todo público	1
Shooting basketball	\$ 1,00	3 minutos	por persona	Niños	1
Luxury Basketball	\$ 1,00	3 minutos	por persona	Niños	1
Universe hokey	\$ 1,00	3 minutos	por persona	Niños	1
Elephant hokey	\$ 1,00	3 minutos	por persona	Niños	1
Dream Blowing	\$ 1,00	3 minutos	por persona	Niños	1
King of hammer	\$ 1,00	3 minutos	por persona	Niños	1
Monkey and fruit	\$ 1,50	3 minutos	por persona	Niños	2
Sea adventure	\$ 1,50	3 minutos	por persona	Niños	2
Bumper Car	\$ 1,00	3 minutos	por persona	Niños	1
World Boxing Championship	\$ 1,00	3 minutos	por persona	Niños	1
Mini Teatro	\$ 100,00	3 horas	Grupos	Todo público	90
Salon de eventos - Mantine	\$ 180,00	3 horas	Grupos	Todo público	300
Salon de eventos - En la noche	\$ 500,00	8 horas	Grupos	Todo público	300
Parque completo	\$ 1.300,00	4 horas	Grupos	Todo público	1500

Fuente: Resultado de la investigación propia

Elaborado por: Autores

La atracciones que podrían ser consideradas como productos sustitutos están los centros comerciales que manejan precios por juegos de 1 a 2 dólares para

atracciones mecánicas; las piscinas privadas con un precio de \$2 por persona; mientras que los parques de la ciudad que son gratuitos.

En consecuencia la estrategia de marketing y ventas que se utilizará será:

2.10 Estrategias de marketing

2.10.1 Políticas de distribución

- Se debe lanzar la estrategia de marketing y publicidad cuando sea necesaria con todas sus especificaciones y con un presupuesto planificado.
- La campaña defidelización de marca debe ser clara, oportuna, creativa y coherente.
- La estrategia publicitaria debe generar memoria colectiva, ser relevante y ajustada a los lineamientos de la organización.
- Los plan de difusión deben realizarse cuando con un cronograma de fechas gran impacto y festejo en el colectivo cantona y de las zonas circundantes.
- Contar con el visto bueno del Gerente General y la Junta Directiva para realizar publicaciones externas.
- Las propagandas y comunicados masivos estarán apoyados por los mandos altos, el departamento comercial y administrativo en comunicación con el departamento operativo.
- Solo el departamento comercial y gerente general tendrán contacto con medios de comunicación. Ningún funcionario de la empresa está

autorizado a dar información, coordinar actividades dentro del parque por iniciativa propia.

2.10.2 Estrategia de marketing

Como estrategia marketing para la fijación de la marca (Fantasy Park) se utilizarán los medios de prensa escrita, audiovisuales y redes sociales. Para el efecto se consideran los siguientes:

Prensa escrita: para inauguración, día del niño, fiestas patronales y navidad.

- Internet: redes sociales
- Radio: transmisión todos los meses
- Televisión: mínimo una vez cada trimestre

El objetivo será atraer la atención de los hogares quevedeños, directivos de las diferentes entidades empresariales y educativas para conseguir la aceptación pública del negocio.

Se entablarán negociaciones e invitaciones previa inauguración para buscar canjes publicitarios con los medios más importantes de la urbe en prensa, radio y televisión.

El canje publicitario es básicamente entregar una cantidad de entradas para consumo de las atracciones del parque a cambio servicios publicitarios.

La estrategia de Publicidad será realizada de forma directa, masiva y rodante:

- Directa (dípticos, gigantografías, afiches)
- Masiva (radio, tv, prensa)
- Rodante (paseo de valla por la ciudad)

CAPITULO III

3 ESTUDIO TECNICO

3.1 Localización¹³

El estudio de localización consiste en identificar y analizar las variables de micro y macro localización con el fin de buscar la mejor ubicación y el resultado de estas fuerzas produzca la máxima utilidad o el mínimo costo unitario.

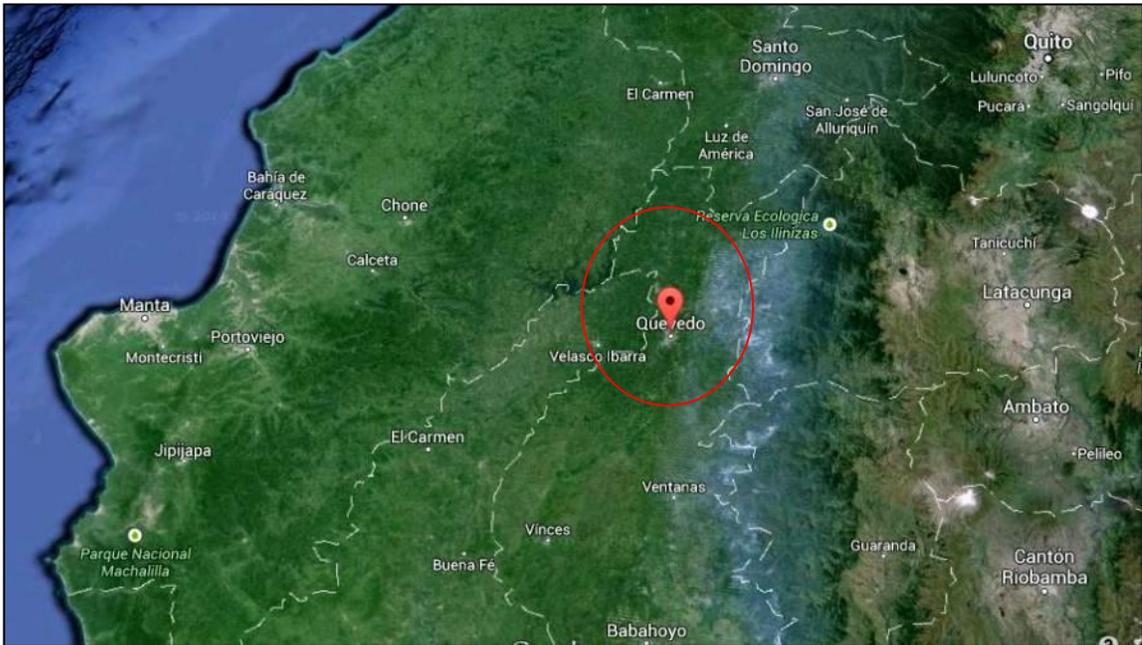
La **macro localización** se entiende como el sitio estratégico general donde se instalará el parque de diversiones. Es el método para encontrar la ubicación más favorable para el proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión, los costos operativos, los gastos durante el periodo de construcción y productivo. Los factores que influyen en la macro-localización son:

- Transporte
- Estudio de la comunidad
- Políticas de gobierno
- Mano de obra
- Materias primas
- Energía eléctrica, agua.
- Combustibles
- Telecomunicaciones
- Estudio del entorno externo

¹³ La Localización del Proyecto y síntesis del análisis macro y micro consiste en obtener una posición competitiva con menores costos de transporte y rapidez en el servicio.

El parque de diversiones estará ubicado en el Cantón Quevedo, Provincia de los Ríos. La ciudad se encuentra localizada en el centro del país, dentro de las coordenadas 0° 13' 23" S, 78° 30' 45" W, en decimal -0.223056° -78.5125°.

Ilustración 3-1 Macro-localización



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Autores

Los límites del cantón Quevedo son: al norte Buena Fe, al sur Mocache, al Este Quinsaloma y Ventanas y al Oeste con la provincia del Guayas.

La **micro localización** consiste en elegir el punto preciso, dentro de la macrozona, en donde se ubicará definitivamente el proyecto. Este estudio se hace con el propósito de condensar la población y el lugar exacto para instalar el negocio, siendo este el sitio que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario.

Los factores que influyen en la micro-localización son:

- Condiciones climatológicas
- Estudios del medio ambiente

- Mano de obra
- Mercado
- Fuentes de energía
- Fuentes de abastecimiento de MI
- Impuestos
- Medios de transporte y comunicación
- Alcantarillado
- Marco jurídico
- Terrenos y construcción
- Tamaño de la fábrica

La dirección exacta estará en la Parroquia San Camilo dentro de la nueva zona regenerada del municipio llamada “Ruta del Río” que se encuentra a orillas del río Quevedo.

Ilustración 3-2 Micro-localización



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Autores

Ilustración 3-3 *Micro-localización Satélite*



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Autores

El proyecto estará ubicado en la parroquia San Cristóbal en la zona denominada “**Ruta del Río**” nueva vía hecha cerca del río Quevedo para realzar la imagen turística de la ciudad.

Ilustración 3-4 *Ruta del río*



3.2 Representación Pictórica

Ilustración 3-5 Mapa Pictórico del Parque



Elaborado: Rivadeneira Barriga Arquitectos

3.3 Distribución del Sitio

Atendiendo a la necesidad y demandas de los clientes FANTASY PARK contará con parqueadero propio para sus visitantes. Además el parque contara con 3 áreas de bar, en donde se disfrutará de deliciosas comidas y bebidas. Adicionalmente contará con salón de usos múltiples para eventos sociales, cancha sintética, salas juegos electrónicos, carros chocones, atracciones acuáticas, pista de karting para adultos y jóvenes, entre otros servicios. (Ver Ilustración 3-6)

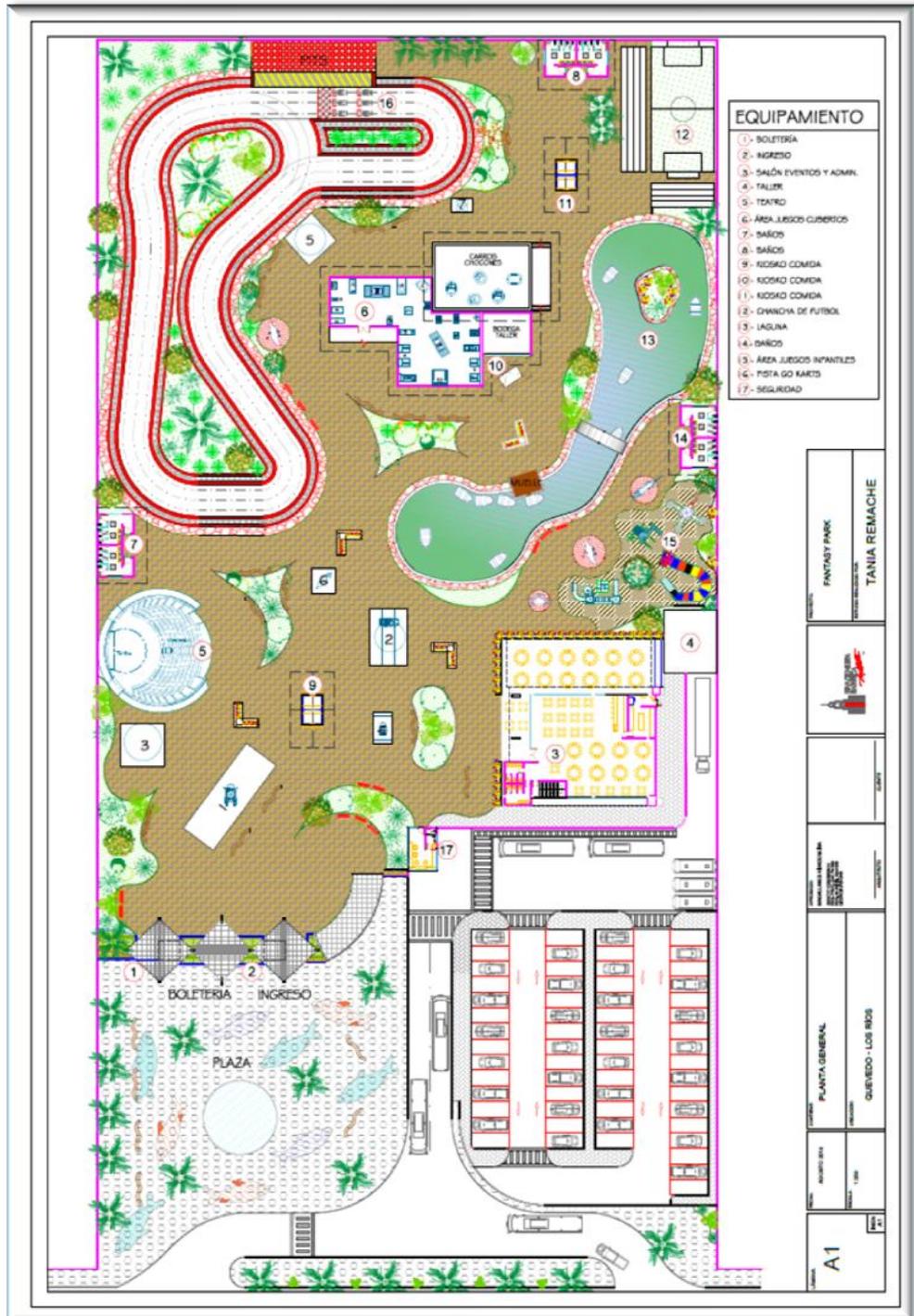
3.4 Descripción de las atracciones del Parque

En una superficie de 2 hectáreas el parque tendrá las siguientes instalaciones:

- Espacio para parqueo.
- Área de recepción e ingreso del parque.
- Salón de usos múltiples.
- Área administrativa
- Taller de mantenimiento.
- Bodega.
- Cancha sintética
- Área de juegos lúdicos.
- Lago artificial para botes.
- Mini teatro al aire libre.
- Piletas.
- Pista de Go Car.
- Kioscos de comidas.
- Zona de juegos mecánicos al aire libre.
- Zona de juegos bajo techo.
- Espacios verdes.
- Zona de carros chocones.

3.4.1 Diseño Técnico del parque

Ilustración 3-6 Diseño Arquitectónico



Elaborado: Rivadeneira Barriga Arquitectos

3.4.2 Imágenes tridimensionales de las áreas del parque

Ilustración 3-7 Vistas tridimensionales







Elaborado: Rivadeneira Barriga Arquitectos

3.5 Estructura Organizacional

3.5.1 Organigrama

La empresa “Fantasy Park” se encontrará al servicio del consumidor, por lo tanto es estrictamente necesario hacer una correcta selección de personal altamente capacitado que será clave para el desarrollo, imagen y éxito de la empresa. A continuación organigrama de la organización:

Ilustración 3-8 Organigrama



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores

Detalle de los colaboradores que pertenecen a la nómina de la empresa:

Tabla 3-1 Número de colaboradores de la empresa

PERSONAL DE LA EMPRESA	Nº
GERENTE	1
SECRETARIA EJECUTIVA	1
SUPERVISOR ADM. Y COMERCIAL	1
SUPERVISOR OPERATIVO	1
SUPERVISOR DE MANTENIMIENTO	1
TECNICO	1
OPERADOR DE JUEGO	16
CAJEROS	3
VENDEDOR	1
AUXILIAR DE SERVICIOS	3
TOTAL	29

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autores

Además contarán con los servicios externos en las áreas de:

- Contabilidad
- Seguridad

3.6 Descripción de Funciones del organigrama

DATOS GENERALES	
Nombre del cargo:	SECRETARIA
Puesto del jefe inmediato:	Gerente General
Puesto subordinado directo:	Ninguno
Área al que pertenece	Gerencia General
OBJETIVOS DEL PUESTO	
Será la primera persona de contacto para aquellos que tratan de llegar al gerente general, tendrá la responsabilidad de mantener ordenados los archivos de la oficina y custodiar todos los documentos que se le asigne.	
RESPONSABILIDAD	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sera la responsable de saludar a los visitantes en el área administrativa, responder las preguntas básicas y dirigir a los clientes a los recursos adecuados dentro de la empresa. ✓ Hacer y recibir llamadas telefónicas a los clientes y proveedores que necesiten información, direcciones y ayuda. ✓ Proporcionar la agenda y las actas de todas las reuniones con los accionistas. ✓ Recibir y enviar correspondencia escrita y por correo electrónico, así como otros tipos de encomiendas. ✓ Organizar la agenda del gerente, llevar un registro de citas, programar reuniones y hacer arreglos de viaje cuando sea necesario. ✓ Mantener una comunicación cordial y profesional con todo el personal interno y externo. ✓ Llevar un archivo ordenado de todos los documentos que se le asignen. ✓ Ser apoyo en las asignaciones que le delegue el gerente general. 	
REQUERIMIENTOS	
<p>Perfil del cargo: Estudios técnicos, de preferencia en secretariado ejecutivo bilingüe o afines.</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 año en un puesto similar.</p>	
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Orientación al cliente ✓ Iniciativa ✓ Trabajo en equipo y cooperación ✓ Visión de negocio ✓ Comunicación efectiva 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Autocontrol ✓ Razonamiento conceptual ✓ Dirección de personas ✓ Orden ✓ Orientación al logro

DATOS GENERALES	
Nombre del cargo:	SUPERVISOR ADMINISTRATIVO Y COMERCIAL
Puesto del jefe inmediato:	Gerente General
Puesto subordinado directo:	Vendedor Personal de Servicios Auxiliares
Área al que pertenece	Departamento de Administración y Comercial
OBJETIVOS DEL PUESTO	
Administrar con eficiencia el recurso humano de la empresa, además diseñar y poner en marcha estrategias comerciales que apunten a los objetivos estratégicos de la compañía.	
RESPONSABILIDAD	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar los objetivos y estrategias de su equipo ✓ Desarrollar una estructura organizativa de venta para alcanzar los objetivos ✓ Dinamizar a su personal para que desempeñen su trabajo lo mejor posible. ✓ Diseño y actualización de las evaluaciones de desempeño. ✓ Apoyar al Gerente General en la selección del personal. ✓ Planificar y ejecutar los programas de bienestar y capacitación. ✓ Dirigir y supervisar la administración del personal, nóminas y prestaciones, capacitación y seguridad laboral. ✓ Diseñar estrategias comerciales para la consecución de nuevos negocios. ✓ Organizar y supervisar funciones y actividades administrativas. ✓ Establecer relaciones comerciales a largo plazo con los usuarios. ✓ Diseñar estrategias publicitarias. ✓ Contratar proveedores de manejo de publicidad y marketing. ✓ Direccionar y acompañar en asesorías comerciales a clientes corporativos. ✓ Diseñar estrategias de venta y posicionamiento en el mercado. 	
REQUERIMIENTOS	
Perfil del Cargo: Profesional graduado en administración de empresa, marketing o carreras afines.	
Experiencia: Mínimo 2 años en un puestos similares.	
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comunicación efectiva ✓ Pensamiento analítico ✓ Liderazgo ✓ Desarrollo de relaciones ✓ Trabajo en equipo y cooperación 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Influencia e impacto ✓ Conciencia organizacional ✓ Desarrollo de personas ✓ Dirección de personas ✓ Autocontrol

DATOS GENERALES	
Nombre del cargo:	SUPERVISOR OPERATIVO
Puesto del jefe inmediato:	Gerente General
Puesto subordinado directo:	Operadores Cajeros
Área al que pertenece	Departamento Operativo
OBJETIVOS DEL PUESTO	
Responsable del control de las actividades diarias de las máquinas y del personal a cargo de operarlas, esto implica que debe conocer la tecnología de los equipos, las características de los materiales, capacidad, calidad, procesos, mantenimiento y los costos.	
RESPONSABILIDAD	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocer políticas y reglamentos de la empresa, su grado de mando, sus relaciones con otros departamentos, las normas de seguridad, producción y servicio al cliente. ✓ Elaborar los cronogramas de trabajo para el personal a su cargo, al igual que manejar cualquier solicitud a destiempo u otras cuestiones. ✓ Elaborar reportes para su línea de supervisión ✓ Fuerte liderazgo y debe saber cómo resolver los problemas rápida y eficientemente ✓ Responsable de que toda el área de trabajo se mantenga limpia, organizada y preparada para una auditoría en todo momento ✓ Responsable de que su personal haga revisión del lugar de trabajo antes de iniciar las labores diarias y después de terminar las mismas. 	
REQUERIMIENTOS	
<p>Perfil del Cargo: Profesional graduado en administración de empresa, marketing o carreras afines.</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años en un puestos similares.</p>	
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Influencia e impacto ✓ Dirección de personas ✓ Trabajo en equipo y cooperación ✓ Liderazgo y autocontrol. ✓ Pensamiento analítico. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inteligencia emocional ✓ Comunicación efectiva ✓ Capacidad de negociación ✓ Emprendimiento ✓ Orientación a resultados

DATOS GENERALES	
Nombre del cargo:	SUPERVISOR DE MANTENIMIENTO
Puesto del jefe inmediato:	Gerente General
Puesto subordinado directo:	Técnico de Mantenimiento
Área al que pertenece	Departamento de Mantenimiento
OBJETIVOS DEL PUESTO	
Garantizar el funcionamiento correcto de las atracciones y todos los servicios del parque.	
RESPONSABILIDAD	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Garantizar que se cumpla con el cronograma de mantenimiento preventivo de las atracciones. ✓ Garantizar que todas las fichas técnicas de las atracciones se encuentren actualizadas. ✓ Dar solución inmediata a los problemas que presentaren los juegos mecánicos ✓ Verificar el correcto funcionamiento de las atracciones. ✓ Mantener una buena relación con los operarios de las atracciones. ✓ Mantenerse alerta ante las condiciones inseguras y los riesgos generales del lugar de trabajo. ✓ Coordinación del personal de menor calificación técnica a su cargo ✓ Transporte de material y equipos, utilizando para ello los medios adecuados ✓ Control, conservación y limpieza del material y equipos a su cargo. 	
REQUERIMIENTOS	
Perfil del Cargo: Profesional graduado en ingeniería industrial o carreras afines.	
Experiencia: Mínimo 2 años en puestos similares.	
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Influencia e impacto ✓ Desarrollo de personas ✓ Dirección de personas ✓ Trabajo en equipo, cooperación ✓ Liderazgo ✓ Pensamiento analítico ✓ Autocontrol 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inteligencia emocional ✓ Comunicación efectiva ✓ Capacidad de negociación ✓ Emprendimiento ✓ Innovación ✓ Visión de negocio ✓ Orientación a resultados

DATOS GENERALES	
Nombre del cargo:	CONTADOR EXTERNO
Puesto del jefe inmediato:	Gerente General
Puesto subordinado directo:	Ninguno
Área al que pertenece	Gerencia General
OBJETIVOS DEL PUESTO	
Responsable de la planificación, organización y manejo de toda la información en el área contable y tributaria de la empresa. Vigilar el cumplimiento de las políticas y procedimientos del área contable para que cumplan los principios de contabilidad generalmente aceptados por las normas y leyes vigentes.	
RESPONSABILIDAD	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsable del manejo de la contabilidad y responsabilidades tributarias. ✓ Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido por la empresa. ✓ Preparar y presentar informes sobre la situación financiera que exijan los entes de control. ✓ Preparar, presentar y guardar archivos de las declaraciones tributarias del SRI así como de los documentos que soporten su información. ✓ Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno. ✓ Elaborar estados financieros de acuerdo a las normas vigentes, en fechas requeridas con información oportuna y verídica. ✓ Revisar el valor de los inventarios y activos a fin de efectuar ajustes respectivos. ✓ Revisar reportes de ventas semanales comparativas con periodos anteriores. ✓ Participar en la elaboración del presupuesto general ✓ Informar sobre nuevos sistemas de control de costos a fin de obtener una mejor rentabilidad. 	
REQUERIMIENTOS	
<p>Profesional graduado: En contaduría pública o carreras afines con autorización para firmar estados financieros.</p> <p>Experiencia: Mínimo 3 años en un puesto similar.</p>	
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de negociación ✓ cumplimiento de objetivos ✓ Orientación al éxito 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Orientación a resultados ✓ Visión de negocios ✓ Inteligencia emocional.

DATOS GENERALES	
Nombre del cargo:	CAJEROS
Puesto del jefe inmediato:	Supervisor Operativo
Puesto subordinado directo:	Ninguno
Área al que pertenece	Departamento Operativo
OBJETIVOS DEL PUESTO	
<p>Garantizar el correcto funcionamiento de las operaciones de la unidad de caja, efectuando actividades de recepción, cuadre, entrega y custodia de dinero en efectivo, cheques y demás documentos de valor, a fin de lograr la recaudación de ingresos a la organización. Brindar un servicio de calidad y eficiencia a las personas que acuden a las instalaciones.</p>	
RESPONSABILIDAD	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsable por la recepción, manejo y custodio del dinero y documentos relacionados como: cheques, tickets de tarjetas crédito/débito, etc., proveniente de la transaccionalidad diaria de venta por servicios. ✓ Es responsable del registro de las operaciones en el sistema y de la conciliación de valores asignados a su caja. ✓ Realiza además una importante gestión comercial pues se trata del puesto que cierra el proceso de venta. 	
REQUERIMIENTOS	
<p>Perfil del Cargo: Bachiller en áreas contables de preferencia, estudiante de universidad en CPA o carreras afines.</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 año en un puesto similar.</p>	
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Orientación al cliente ✓ Iniciativa ✓ Ética profesional ✓ Atención al detalle 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajo en equipo ✓ Comunicación efectiva ✓ Orientación al logro ✓ Capacidad de análisis.

DATOS GENERALES	
Nombre del cargo:	OPERADORES
Puesto del jefe inmediato:	Supervisor Operativo
Puesto subordinado directo:	Ninguno
Área al que pertenece	Departamento Operativo
OBJETIVOS DEL PUESTO	
Garantizar la calidad de atención y seguridad de los clientes en todas las atracciones y área del parque.	
RESPONSABILIDAD	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocer las fichas técnicas de cada atracción ✓ Cumplir con los horarios establecidos por su línea de supervisión ✓ Brindar un excelente servicio a los clientes ✓ Cumplir estrictamente con las normas de seguridad establecidas para cada atracción del parque. ✓ Operar las máquinas bajo las especificaciones técnicas de cada juego mecánico para garantizar su buen uso. ✓ Mantener el orden, limpieza y cuidado a cada área asignada. ✓ Reportar cualquier problema a su línea de supervisión. 	
REQUERIMIENTOS	
Perfil del Cargo: Estudios técnicos y/o tecnológicos, preferiblemente en atención al cliente o programas afines.	
Experiencia: Mínimo 1 año en un puesto similar.	
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Orientación al cliente ✓ Iniciativa ✓ Atención al detalle ✓ Trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Visión de negocio ✓ Comunicación efectiva ✓ Orientación al logro ✓ Capacidad de servicio

DATOS GENERALES	
Nombre del cargo:	AUXILIAR DE SERVICIOS
Puesto del jefe inmediato:	Supervisor Operativo
Puesto subordinado directo:	Ninguno
Área al que pertenece	Departamento Administrativo y Comercial
OBJETIVOS DEL PUESTO	
Garantizar el buen aseo del parque en todas sus áreas, dar apoyo en las tareas encomendadas según se lo requiera.	
RESPONSABILIDAD	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responder por el aseo y el cuidado de las zonas o áreas que le sean asignadas, las mismas que debe quedar listas para recibir cada jornada. ✓ Mantener las instalaciones de las oficinas limpias de acuerdo a la norma sanitaria vigente y las estipuladas en procedimientos internos. ✓ Responsable por los suministros utilizados para la ejecución de sus tareas. ✓ Informar sobre cualquier novedad ocurrida en la zona o en los equipos bajo su cuidado. ✓ Informar al superior inmediato sobre irregularidades que se muestren. ✓ Mantener las herramientas y equipo de trabajo en óptimas condiciones. ✓ Reportar desperfectos y deterioro en las instalaciones. ✓ Cumplir con funciones adicionales inherentes al cargo. 	
REQUERIMIENTOS	
Perfil del Cargo: Bachiller graduado.	
Experiencia: Mínimo un año en puestos similares.	
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de servicio ✓ Iniciativa ✓ Orientación al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajo en equipo y cooperación ✓ Autocontrol

DATOS GENERALES	
Nombre del cargo:	VENDEDOR
Puesto del jefe inmediato:	Supervisor Administrativo y Comercial
Puesto subordinado directo:	Ninguno
Área al que pertenece	Departamento Administrativo y Comercial
OBJETIVOS DEL PUESTO	
Contribuir al posicionamiento de la marca en el mercado, dar a conocer los atractivos y servicios del parque así como conseguir nuevos clientes.	
RESPONSABILIDAD	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar estrategias de ventas, incluyendo publicidad y relaciones públicas. ✓ Ofrecer planes de ventas en colegios, agremiaciones y empresas de la zona. ✓ Contribuir con la creación de nuevas estrategias de mercado. ✓ Cumplir con la meta en número de negocios establecidas por la organización ✓ Ser apoyo en las tareas asignadas por su línea de supervisión 	
REQUERIMIENTOS	
Perfil del Cargo: Profesional graduado en marketing o carreras afines.	
Experiencia: Mínimo 2 años en puestos similares.	
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conciencia organizacional ✓ Desarrollo de personas ✓ Orientación al cliente ✓ Comunicación efectiva ✓ Trabajo en equipo ✓ Calidad y mejora continua 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Visión de negocio ✓ Iniciativa ✓ Orientación al mercado ✓ Capacidad de negociación ✓ Pensamiento analítico ✓ Autocontrol

DATOS GENERALES	
Nombre del cargo:	GERENTE GENERAL
Puesto del jefe inmediato:	ACCIONISTAS
Puesto subordinado directo:	Secretaria Contador Externo Supervisor Administrativo y Comercial Supervisor Operativo Supervisor de Mantenimiento
Área al que pertenece	Gerencia General
OBJETIVOS DEL PUESTO	
Representar a los accionistas del negocio, en él se delegarán las más altas responsabilidades para la selección e implementación de objetivos y estrategias que garantizaran el buen funcionamiento de la organización en el corto y largo plazo, con el fin de mantener el mejoramiento continuo de la compañía y la rentabilidad esperada.	
RESPONSABILIDAD	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ejercer la representación legal de la empresa. ✓ Liderar la planeación de estrategias realistas y objetivos de la organización que logren ventajas competitivas en plazos establecidos. ✓ Organizar la estructura de la empresa y las funciones del personal. ✓ Mantener buenas relaciones con los clientes, proveedores, bancos ,empleados, comunidad, gobierno (cantonal, provincial, nacional) ✓ Dinamizar a su personal para que desempeñen su trabajo lo mejor posible. ✓ Mantener una buena comunicación con el cliente interno y externo. ✓ Buscar mejoras continuas, planificando y controlando la calidad en el servicio. ✓ Debe tener conocimiento en toda la operación del negocio, a fin de tener el control de la puntualidad de los eventos y ejecución de las taras. ✓ Dirigir las decisiones financieras de la empresa, que aseguren el mejor rendimiento de los recursos de la empresa. ✓ Presentar a la junta directiva los balances obtenidos en los periodos implantados. 	
REQUERIMIENTOS	
<p>Perfil del Cargo: Profesional graduado, preferiblemente con especialización en gerencia empresarial o programas afines.</p> <p>Experiencia: Mínimo 3 años en un puesto similar.</p>	

COMPLETENCIAS

- | | |
|--------------------------|----------------------------|
| ✓ Influencia e impacto | ✓ Inteligencia emocional |
| ✓ Desarrollo de personas | ✓ Comunicación efectiva |
| ✓ Dirección de personas | ✓ Capacidad de negociación |
| ✓ Trabajo en equipo | ✓ Innovación |
| ✓ Liderazgo, Autocontrol | ✓ Visión de negocio |
| ✓ Pensamiento analítico | ✓ Orientación a resultados |

CAPITULO IV

4 ANÁLISIS FINANCIERO

4.1 Inversión Inicial

La inversión inicial para implementar el parque FANTASY PARK es de \$2,050,638.75 se describe el cálculo en la tabla siguiente:

Tabla 4-1 Inversión Inicial

INVERSION INICIAL		
INVERSION FIJA		
Inversión fija tangible		
Terreno	\$	140.000,00
Edificio	\$	1.528.588,00
Equipo de computo y electronico	\$	15.198,94
Muebles de Oficina y enseres	\$	11.536,88
Taller - herramientas - partes y piezas	\$	1.020,74
Maquinaria y Equipo	\$	231.505,10
Constitucion de la Compañía	\$	191,92
Impuesto de plusvalia en el Municipio	\$	408,33
Linea telefonica	\$	67,20
Otros activos fijos	\$	330,74
Total Inversion Fija Tangible	\$	1.928.847,85
Cargos diferidos		
Permisos de funcionamiento y Honorarios notariales	\$	2.658,72
Gastos por estudios técnicos y planos	\$	51.400,00
Software	\$	1.120,00
Total Cargos Diferidos	\$	55.178,72
TOTAL INVERSION FIJA	\$	1.984.026,57
Capital de trabajo		
Publicidad	\$	5.167,60
Nómina	\$	42.405,23
Personal externo	\$	9.012,00
suministros de oficina	\$	1.952,46
servicios básicos	\$	7.500,00
suministros de limpieza	\$	574,89
Total Capital de Trabajo	\$	66.612,18
TOTAL INVERSION INICIAL	\$	2.050.638,75
	aproximadamente	\$ 1.400.000,00
Estructura del Capital		
Capital Propio	30%	\$ 615.191,62
Financiamiento	70%	\$ 1.435.447,12
Total Inversión Inicial	100%	\$ 2.050.638,75

Elaborado: Investigación Propia, autores.

4.2 Proyección de ventas y otros ingresos no operacionales

Tabla 4-2 Ingresos por ventas al 1er. año

Para el calculo de las ventas se considera el 60% de la capacidad maxima de los juegos

CONSIDERANDO COMO TIEMPO DE ESPERA 5 MINUTOS EN EMBARQUE Y DESEMBARQUE:

JUEGOS AL AIRE LIBRE	CAPACIDAD DE PERSONAS							TOTAL INGRESOS AL AÑO
	VALOR	TIEMPO	CAPACIDAD	HORA	DIA (8h)	3 DIAS X SEMANA	SEMANAS AL AÑO	
Carrousell	\$ 1.50	3 minutos	9 personas	68	544	1.632	84864	\$ 76.377,60
Track car	\$ 1.50	3 minutos	12 personas	90	720	2.160	112320	\$ 101.088,00
Mini Ferris	\$ 1.50	3 minutos	10 personas	75	600	1.800	93600	\$ 84.240,00
Mini barca pirata	\$ 1.50	3 minutos	8 personas	60	480	1.440	74880	\$ 67.392,00
Botes adultos	\$ 3.00	5 minutos	2 personas	120	960	2.880	149760	\$ 269.568,00
Cancha Sintética	\$ 40,00	50 minutos	12 personas	12	96	288	14976	\$ 359.424,00
Gyroskopio humano	\$ 1.50	3 minutos	6 personas	45	360	1.080	56160	\$ 50.544,00
Toro Mecánico	\$ 2,00	3 minutos	1 persona	8	64	192	9984	\$ 11.980,80
Botes niños	\$ 3,00	5 minutos	1 persona	36	288	864	44928	\$ 80.870,40
Go kart	\$ 5,00	10 minutos	1 persona	40	320	960	49920	\$ 149.760,00
Carros Chocones	\$ 2,00	3 minutos	2 personas	150	1200	3.600	187200	\$ 224.640,00
TOTAL INGRESOS AL AÑO EN JUEGOS AL AIRE LIBRE								\$ 1.475.884,80

Para el calculo de las ventas se considera el 60% de la capacidad maxima de los juegos

CONSIDERANDO COMO TIEMPO DE ESPERA 2 MINUTOS EN LAS MAQUINAS DE JUEGOS:

JUEGOS BAJO CUBIERTA	CAPACIDAD DE PERSONAS							TOTAL INGRESOS AL AÑO
	VALOR	TIEMPO	CAPACIDAD	HORA	DIA (8h)	3 DIAS X SEMANA	SEMANAS AL AÑO	
Dirty driving	\$ 1.50	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 13.478,40
Outrun	\$ 1.50	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 13.478,40
Sonic	\$ 1.50	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 13.478,40
Manx TT	\$ 1.50	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 13.478,40
LCD GP motor	\$ 1.50	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 13.478,40
Virtual race horsing	\$ 1,00	3 minutos	6 personas	72	576	1728	89856	\$ 53.913,60
Juniro Basketball	\$ 1,00	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 8.985,60
Shooting basketball	\$ 1,00	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 8.985,60
Luxury Basketball	\$ 1,00	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 8.985,60
King of hammer	\$ 1,00	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 8.985,60
Monkey and fruit	\$ 1,00	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 8.985,60
Dancing machine	\$ 2,00	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 17.971,20
World Boxing Championship	\$ 1,00	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 8.985,60
Crack crab	\$ 1,00	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 8.985,60
Naughty ducks	\$ 1,00	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 8.985,60
Rolls Royce	\$ 1,00	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 8.985,60
Big eyes fishing	\$ 1,00	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 8.985,60
Running horse	\$ 1,00	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 8.985,60
Stream train	\$ 1,00	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 8.985,60
Universe hockey	\$ 1,50	3 minutos	2 personas	24	192	576	29952	\$ 26.956,80
Elephant hockey	\$ 1,50	3 minutos	2 personas	24	192	576	29952	\$ 26.956,80
Dream Blowing	\$ 1,00	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 8.985,60
Sea adventure	\$ 1,00	3 minutos	1persona	12	96	288	14976	\$ 8.985,60
TOTAL JUEGOS MECANICOS BAJO CUBIERTA								\$ 318.988,80

ALQUILER DE AREAS	VALOR AL MES	MINIMO VECES AL AÑO	TOTAL INGRESOS AL AÑO
Mini teatro	\$ 100,00	6	\$ 600,00
Salon de eventos - Mantine	\$ 180,00	12	\$ 2.160,00
Salon de eventos - En la noche	\$ 500,00	12	\$ 6.000,00
Parque completo	\$ 1.300,00	3	\$ 3.900,00
3 Bares (200 / uno)	\$ 600,00	12	\$ 7.200,00
TOTAL ALQUILER			\$ 19.860,00

ENTRADAS AL PARQUE	CAPACIDAD POR PERSONAS				TOTAL INGRESOS AL AÑO
	VALOR	DIA (8h)	3 DIAS X SEMANA	52 SEMANAS AL AÑO	
NIÑOS	\$ 1,00	200	600	31200	\$ 31.200,00
ADULTOS	\$ 1,50	100	300	15600	\$ 23.400,00
TOTAL INGRESO POR ENTRADAS		300			\$ 54.600,00
Para el calculo se considero el 20% de la capacidad del parque					
VENTAS TOTALES					\$ 1.869.333,60

Elaborado: Por autores - investigación propia

La fórmula para sacar el número de personas promedio por hora en cada juego a su máxima capacidad considerando el tiempo de espera en embarque y desembarque de 5 minutos dependiendo de la atracción es la siguiente:

$$\frac{\# \text{personas}}{\# \text{ min. que dura} + 5 \text{ min.}} \times \frac{60 \text{ min.}}{1 \text{ hora}} = \# \text{ personas x hora}$$

Para los juegos que tiene promedio de espera en embarque y desembarque de 2 minutos:

$$\frac{\# \text{personas}}{\# \text{ min. que dura} + 2 \text{ min.}} \times \frac{60 \text{ min.}}{1 \text{ hora}} = \# \text{ personas x hora}$$

En base a la tabla 5-2 los ingresos por venta al primer año se componen de las ventas de las entradas del parque, los precios por atracción y alquiler de las distintas áreas para eventos que ofrece el parque FANTASY PARK. Cabe mencionar que para la proyección de ventas anual del parque solo se tomo la producción de 3 días (viernes, sábado y domingo) semanales por 52 semanas al año.

Con el fin de ser conservador y prudente tomamos solo los ingresos por ventas al 60% de la capacidad máxima en los juegos mecánicos, el 20% de la capacidad de personas que asistiría al parque y un estándar mínimo de eventos anuales.

Tabla 4-3 Proyección de Ventas a 5 años

PROYECCION DE VENTAS ANUALES					
Crecimiento de ventas % anual	5%		5%		5%
VENTAS	1	2	3	4	5
Entrada	\$ 54.600,00	\$ 57.330,00	\$ 60.196,50	\$ 63.206,33	\$ 66.366,64
Juegos bajo cubierta	\$ 318.988,80	\$ 334.938,24	\$ 351.685,15	\$ 369.269,41	\$ 387.732,88
Juegos al aire libre	\$ 1.475.884,80	\$ 1.549.679,04	\$ 1.627.162,99	\$ 1.708.521,14	\$ 1.793.947,20
Alquiler de areas	\$ 19.860,00	\$ 20.853,00	\$ 21.895,65	\$ 22.990,43	\$ 24.139,95
VENTAS TOTALES	\$ 1.869.333,60	\$ 1.962.800,28	\$ 2.060.940,29	\$ 2.163.987,31	\$ 2.272.186,67

Elaborado: Por autores - investigación propia

El crecimiento de ventas anual es mínimo del 5%, de acuerdo a los planes estratégicos de marketing y ventas proyectadas para cada año.

4.3 Depreciación de Activos

Se utilizó el método de línea recta para el cálculo de la depreciación de los activos.

Tabla 4-4 Depreciación Anual de Activos

Activos	% de depreciación	Años de vida útil	TOTAL COMPRA	DEPRECIACION AÑO 1	DEPRECIACION AÑO 2	DEPRECIACION AÑO 3	DEPRECIACION AÑO 4	DEPRECIACION AÑO 5	VALOR RESIDUAL
Equipos de computo y electronico	33.33%	3años	\$ 15.198,94	\$ 5.066,31	\$ 5.066,31	\$ 5.066,31			\$ 0,00
Muebles de oficina y enseres	10%	10 años	\$ 11.536,88	\$ 1.292,13	\$ 1.292,13	\$ 1.292,13	\$ 1.292,13	\$ 1.292,13	\$ 5.076,23
Total Dep. Gtos.Administrativo				\$ 6.358,44	\$ 6.358,44	\$ 6.358,44	\$ 1.292,13	\$ 1.292,13	\$ 5.076,23
Maquinaria y equipos	10%	10 años	\$ 231.505,10	\$ 24.664,81	\$ 24.664,81	\$ 24.664,81	\$ 24.664,81	\$ 24.664,81	\$ 108.181,06
Otros activos	0%	-	\$ 330,74	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Repuestos y herramientas	0%	-	\$ 1.020,74	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Dep. Gtos.Operacional				\$ 24.664,81	\$ 24.664,81	\$ 24.664,81	\$ 24.664,81	\$ 24.664,81	\$ 108.181,06
CAPITAL DE TRABAJO									\$ 66.612,18
			\$ 259.592,40	\$ 37.381,70	\$ 37.381,70	\$ 37.381,70	\$ 27.249,07	\$ 27.249,07	\$ 293.126,75
							DEPRECIACION TOTAL AÑOS		\$ 166.643,23

Elaborado: Por autores - investigación propia

4.4 Proyección de Costos y Gastos

4.4.1 Costos de Construcción

Se empieza con la alternativa de construir el parque en un terreno de 20,000 m² y para la estimación del presupuesto del diseño y la obra civil del parque se contratara los servicios de la firma “Rivadeneira Barriga” Arquitectos S.A. empresa reconocida desde el año 1983, ha venido dando servicios relacionados con la arquitectura, construcción y comercialización para el desarrollo de proyectos inmobiliarios, ha cumplido con todos los trabajos a ella encomendados por empresas nacionales y transnacionales, trabajando siempre con dedicación y profesionalismo. (Ver ANEXOS 1)

4.4.2 Nomina

El recurso humano es un total de 31 personas: 29 directas repartidas en personal administrativo, operativo, ventas y 2 colaboradores externo.

Tabla 4-5 Recurso Humano

PERSONAL	CANT.	PAGO MENSUAL	IESS,IECE SECAP(12.15%)	SUELDO MENSUAL	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	PAGO NOMINA ANUAL
ADMINISTRATIVO							\$ 45.558,58
GERENTE	1	\$ 1.200,00	\$ 145,80	\$ 1.345,80	\$ 340,00	\$ 1.200,00	\$ 17.689,60
SECRETARIA EJECUTIVA	1	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 381,31	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 5.255,72
SUPERVISOR ADM. Y COMERCIAL	1	\$ 450,00	\$ 54,68	\$ 504,68	\$ 340,00	\$ 450,00	\$ 6.846,10
AUXILIAR DE SERVICIOS	3	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 381,31	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 15.767,16
OPERATIVO							\$ 103.039,44
SUPERVISOR OPERATIVO	1	\$ 450,00	\$ 54,68	\$ 504,68	\$ 340,00	\$ 450,00	\$ 6.846,10
SUPERVISOR DE MANTENIMIENTO	1	\$ 450,00	\$ 54,68	\$ 504,68	\$ 340,00	\$ 450,00	\$ 6.846,10
TECNICO	1	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 381,31	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 5.255,72
OPERADOR DE JUEGO	16	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 381,31	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 84.091,52
VENTAS							\$ 21.022,88
CAJEROS	3	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 381,31	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 15.767,16
VENDEDOR	1	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 381,31	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 5.255,72
TOTALES	29	\$ 4.590,00	\$ 557,69	\$ 5.147,69	\$ 3.400,00	\$ 4.590,00	\$ 169.620,90
PERSONAL EXTERNO							
	CANT.	PAGO MENSUAL	TOTAL ANUAL				
CONTADOR EXTERNO (FACTURA)	1	\$ 504,00	\$ 6.048,00				
SERVICIOS DE SEGURIDAD (FACTURA)	1	\$ 2.500,00	\$ 30.000,00				
TOTALES		\$ 3.004,00	\$ 36.048,00				

Elaborado: Por autores - investigación propia

4.4.3 Costo Operativos

Tabla 4-6 Costos Operativos

COSTOS OPERATIVOS	1	2	3	4	5	TOTAL FIJO
COSTOS OPERATIVOS FIJO						\$ 391.873,16
Personal operativo (directo e indirecto)	\$ 103.039,44	\$ 103.039,44	\$ 103.039,44	\$ 103.039,44	\$ 103.039,44	
depreciaciones y amortizaciones	\$ 24.664,81	\$ 24.664,81	\$ 24.664,81	\$ 24.664,81	\$ 24.664,81	
	\$ 78.374,63					
COSTOS OPERATIVOS VARIABLES						TOTAL VARIABLE
gastos de mantenimiento	\$ 13.329,92	\$ 13.996,42	\$ 14.696,24	\$ 15.431,05	\$ 16.202,61	\$ 73.656,24
TOTAL	\$ 91.704,56	\$ 92.371,05	\$ 93.070,87	\$ 93.805,69	\$ 94.577,24	

Elaborado: Por autores - investigación propia

4.4.4 Gastos Totales

Tabla 4-7 Gastos de Administración y Ventas

GASTOS ADMINISTRATIVOS	1	2	3	4	5
Nomina Administrativo	\$ 45.558,58	\$ 45.558,58	\$ 45.558,58	\$ 45.558,58	\$ 45.558,58
Servicios profesionales	\$ 36.048,00	\$ 36.048,00	\$ 36.048,00	\$ 36.048,00	\$ 36.048,00
Suministros de oficina	\$ 3.904,92	\$ 3.904,92	\$ 3.904,92	\$ 3.904,92	\$ 3.904,92
Servicios básicos	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
Suministros de limpieza	\$ 2.053,19	\$ 2.053,19	\$ 2.053,19	\$ 2.053,19	\$ 2.053,19
Uniformes	\$ 1.426,00	\$ 1.426,00	\$ 1.426,00	\$ 1.426,00	\$ 1.426,00
Gastos de Constitucion e impuestos	\$ 2.658,72				
Permisos Anuales	\$ 596,00	\$ 596,00	\$ 596,00	\$ 596,00	\$ 596,00
Depreciaciones	\$ 6.358,44	\$ 6.358,44	\$ 6.358,44	\$ 1.292,13	\$ 1.292,13
Micelaneos	\$ 2.379,81	\$ 2.379,81	\$ 2.379,81	\$ 2.379,81	\$ 2.379,81
Total gastos de administrativos	\$ 130.983,67	\$ 128.324,95	\$ 128.324,95	\$ 123.258,63	\$ 123.258,63
GASTOS DE VENTAS	1	2	3	4	5
Publicidad	\$ 10.335,20	\$ 10.335,20	\$ 10.335,20	\$ 10.335,20	\$ 10.335,20
Personal de ventas	\$ 21.022,88	\$ 21.022,88	\$ 21.022,88	\$ 21.022,88	\$ 21.022,88
Total gastos de ventas	\$ 31.358,08				

Elaborado: Por autores - investigación propia

De la inversión total inicial el 30% es capital propio y el 70% será financiado por el banco por un valor de \$ 1,400.000.00.

Tabla 4-8 Gastos Financieros

capital					
1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO	
\$ 232.563,89	\$ 254.178,07	\$ 277.801,04	\$ 303.619,50	\$ 331.837,50	\$ 1.400.000,00
interes					
1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO	
\$ 115.524,56	\$ 93.910,38	\$ 70.287,40	\$ 44.468,94	\$ 16.250,94	\$ 340.442,22

Elaborado: Por autores - investigación propia

4.5 Estado de perdida y ganancias

Tabla 4-9 Balance de Pérdidas y Ganancias

Estado de Resultados de Pérdidas y Ganancias					
Año	1	2	3	4	5
Ingresos					
Ventas	\$ 1.869.333,60	\$ 1.962.800,28	\$ 2.060.940,29	\$ 2.163.987,31	\$ 2.272.186,67
Costos	\$ 91.704,56	\$ 92.371,05	\$ 93.070,87	\$ 93.805,69	\$ 94.577,24
Utilidad Bruta	\$ 1.777.629,04	\$ 1.870.429,23	\$ 1.967.869,42	\$ 2.070.181,62	\$ 2.177.609,44
<i>Margen de Contribución Marginal</i>	95,09%	95,29%	95,48%	95,67%	95,84%
Gastos					
Gastos Administrativos	\$ 130.983,67	\$ 128.324,95	\$ 128.324,95	\$ 123.258,63	\$ 123.258,63
Gastos de ventas	\$ 31.358,08	\$ 31.358,08	\$ 31.358,08	\$ 31.358,08	\$ 31.358,08
Utilidad Operacional	\$ 1.615.287,30	\$ 1.710.746,20	\$ 1.808.186,39	\$ 1.915.564,91	\$ 2.022.992,72
(-) Gastos Financieros	\$ 115.524,56	\$ 93.910,38	\$ 70.287,40	\$ 44.468,94	\$ 16.250,94
Utilidad antes de participaciones	\$ 1.499.762,74	\$ 1.616.835,82	\$ 1.737.898,99	\$ 1.871.095,97	\$ 2.006.741,78
15% Participación de Trabajadores	\$ 224.964,41	\$ 242.525,37	\$ 260.684,85	\$ 280.664,40	\$ 301.011,27
Utilidad antes de impuesto	\$ 1.274.798,33	\$ 1.374.310,45	\$ 1.477.214,14	\$ 1.590.431,57	\$ 1.705.730,51
22% Impuesto a la Renta	\$ 280.455,63	\$ 302.348,30	\$ 324.987,11	\$ 349.894,95	\$ 375.260,71
Utilidad Neta del Ejercicio	\$ 994.342,70	\$ 1.071.962,15	\$ 1.152.227,03	\$ 1.240.536,63	\$ 1.330.469,80
Utilidad Neta Acumulada	\$ 994.342,70	\$ 2.066.304,85	\$ 3.218.531,88	\$ 4.459.068,50	\$ 5.789.538,30

Elaborado: Por autores - investigación propia

4.6 Punto de Equilibrio

Tabla 4-10 Punto de Equilibrio

PROYECCION DE COSTOS ANUALES					
GASTOS	1	2	3	4	5
Gastos Operativos	\$ 91.704,56	\$ 92.371,05	\$ 93.070,87	\$ 93.805,69	\$ 94.577,24
fijos	\$ 78.374,63	\$ 78.374,63	\$ 78.374,63	\$ 78.374,63	\$ 78.374,63
variables	\$ 13.329,92	\$ 13.996,42	\$ 14.696,24	\$ 15.431,05	\$ 16.202,61
Gastos administrativos	\$ 130.983,67	\$ 128.324,95	\$ 128.324,95	\$ 123.258,63	\$ 123.258,63
fijos	\$ 130.983,67	\$ 128.324,95	\$ 128.324,95	\$ 123.258,63	\$ 123.258,63
variables	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de ventas	\$ 31.358,08				
fijos	\$ 21.022,88	\$ 21.022,88	\$ 21.022,88	\$ 21.022,88	\$ 21.022,88
variables	\$ 10.335,20	\$ 10.335,20	\$ 10.335,20	\$ 10.335,20	\$ 10.335,20
Gastos Financieros	\$ 115.524,56	\$ 93.910,38	\$ 70.287,40	\$ 44.468,94	\$ 16.250,94
fijos	\$ 115.524,56	\$ 93.910,38	\$ 70.287,40	\$ 44.468,94	\$ 16.250,94
variables	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total	\$ 369.570,86	\$ 345.964,46	\$ 323.041,30	\$ 292.891,34	\$ 265.444,90
PUNTO DE EQUILIBRIO					
AÑO	1	2	3	4	5
fijos	\$ 345.905,74	\$ 321.632,84	\$ 298.009,86	\$ 267.125,09	\$ 238.907,09
variables	\$ 23.665,12	\$ 24.331,62	\$ 25.031,44	\$ 25.766,25	\$ 26.537,81
COSTO TOTAL	\$ 369.570,86	\$ 345.964,46	\$ 323.041,30	\$ 292.891,34	\$ 265.444,90
VENTAS	\$ 1.869.333,60	\$ 1.962.800,28	\$ 2.060.940,29	\$ 2.163.987,31	\$ 2.272.186,67
Punto de equilibrio	350.340,93	325.669,97	301.673,88	270.344,03	241.730,36

Elaborado: Por autores - investigación propia

Se utilizó la siguiente fórmula para hallar el valor de equilibrio en los periodos:

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE}}{\text{VENTAS}}}$$

4.7 Flujos Netos de Fondo: TIR, VAN, PAYBACK, IR

Tabla 4-11 Análisis de Flujos Factibilidad del Negocio

FLUJOS NETOS DE FONDO, TIR, VAN, PAYBACK, IR							
REF	CONCEPTO	Inversion	Flujo 1	Flujo 2	Flujo 3	Flujo 4	Flujo 5
(+)	Beneficio neto del ejercicio		\$ 994.342,70	\$ 1.071.962,15	\$ 1.152.227,03	\$ 1.240.536,63	\$ 1.330.469,80
(+)	Depreciaciones y amortizaciones		\$ 37.381,70	\$ 37.381,70	\$ 37.381,70	\$ 27.249,07	\$ 27.249,07
(+)	Valor residual		0	0	0	0	\$ 293.126,75
(-)	amortizacion de la deuda		232.563,89	254.178,07	277.801,04	303.619,50	331.837,50
TOTALES		\$ (2.050.638,75)	\$ 799.160,51	\$ 855.165,78	\$ 911.807,69	\$ 964.166,19	\$ 1.319.008,12
		TIR =	34%	rendimiento de la inversión despues de prestamo, i = 8.92%			
		VAN =	\$ 2.616.415,03				
	$IR = \frac{1 + VP_N}{I_0}$	PAYBACK =	2,93	años			
		IR =	2,28				

Elaborado: Por autores - investigación propia

Este proyecto presenta un VAN positivo, tendrá una Tasa Interna de Retorno TIR de 34%, la inversión será recuperada al terminar el segundo (2.93) de funcionamiento y el índice de rentabilidad IR su resultado es 2,28 nos indica

que por cada unidad monetaria invertida obtendremos 1.28 mas unidades en dólares lo que muestra que el proyecto es rentable.

4.8 Relación Costo ~ Beneficio

Tabla 4–12 Análisis Costo Beneficio

RELACION COSTO ~ BENEFICIO						
CONCEPTO		Flujo 1	Flujo 2	Flujo 3	Flujo 4	Flujo 5
Ingresos netos		\$ 1.869.333,60	\$ 1.962.800,28	\$ 2.060.940,29	\$ 2.163.987,31	\$ 2.272.186,67
Costos totales		\$ 739.141,72	\$ 691.928,91	\$ 646.082,61	\$ 585.782,68	\$ 530.889,79
factor de descuento	8,92%	0,918105	0,842917	0,773886	0,710509	0,652322
Beneficio actualizados		\$ 1.716.244,58	\$ 1.654.477,43	\$ 1.594.933,25	\$ 1.537.532,05	\$ 1.482.196,71
costos actualizados		\$ 678.609,74	\$ 583.238,54	\$ 499.994,41	\$ 416.203,76	\$ 346.310,94
Total beneficios actualizados		\$ 7.985.384,03				
Total costos actualizados		\$ 2.524.357,38				
Relación beneficio ~ costo		3,163				

Elaborado: Por autores - investigación propia

La razón costo ∞ beneficio dice que una inversión debe llevar a cabo solo si los beneficios son mayores que los costos, esto equivale al criterio que utiliza el VAN por lo tanto como se demuestra en el cuadro el resultado es 3.163 > a 1, lo muestra que el proyecto es viable.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de haber realizado una investigación profunda con el estudio de factibilidad donde se analizó la posibilidad de realizar un parque de diversiones en la ciudad de Quevedo, se considera que existen muchos factores positivos para llevar a cabo el proyecto.

Se determinó que en la zona no existe un parque de diversiones con las características que ofrece Fantasy Park, los estudios de mercado demostraron la aceptación de la idea de negocio, las expectativas de los habitantes de la zona por tener este parque temático es muy alta, la determinación del precio de los servicios fue realizado en base a el poder adquisitivo de los habitantes del sector y considerando las oferta indirecta de otros establecimiento.

La localización micro y macro esta estratégicamente definida, cuenta con amplio acceso vial y está dentro de la parroquia urbana San Cristóbal, actualmente es una zona nueva de Quevedo.

El estudio arroja una alta probabilidad de que el número de visitantes sea formidable en términos anuales, dado que será el primer parque de esta dimensión y características en el cantón y la provincia de Los Ríos.

En términos financieros determinamos que es rentable, lo que muestra que los inversionistas podrán recuperar su capital en el término de 2 años 10 meses aproximadamente teniendo un flujo positivo en los siguientes periodos.

Brindar momentos de felicidad y sano esparcimiento a las familias ecuatorianas, abrir nuevas plazas de empleo, diversificar el aparato productivo de la zona que es netamente agrícola con un negocio que arroja una rentabilidad importante nos incita a asumir el riesgo de poner en marcha la tesis desarrollada que sería trascendental para el progreso turístico, económico, social y cultural de la ciudad y del país.

BIBLIOGRAFIA

5 BIBLIOGRAFÍA

- [1] Como insertar indice, numeros de paginas y bibliografia APA en word - www.youtube.com
- [2] Consideraciones Sociales en el Diseño y Planificación de Parques Urbanos, Mexico.
- [3] Cuenca, M. O. (2004). Propuestas para el 6to.Congreso Mundial de Ocio Universidad de Deusto, 2000. FUNDAMENTOS DE LA RECREACION. Bilbao, España.
- [4] Dr. Manuel Flores Faraha Doctor en Filosofía. La educación encierra un tesoro Mexico.
- [5] El Buen Vivir 2013 Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, Quito, Ecuador.
- [6] Estudio de factibilidad de un negocio, U. Santander, España.
- [7] INEC 2010, fascículo cantonal Quevedo - Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador.
- [8] INEC 2014 Censo Poblacional del año 2010. Proyección Poblacional Quevedo, Los Ríos, Ecuador.
- [9] INEC 2011 – 2012. Encuesta nacional de ingresos y gastos en lugares urbanos y rurales del periodo 2011 – 2012. Ingreso promedio mensual de las familias en Ecuador.
- [10] Introducción a la metodología de la investigación 1993, México Aguilar - León y Cal, Editores, 11ava. Edición.
- [11] Investigación de mercados 2005. Entorno externo de marketing en los cibermercados, MéxicoDF.
- [12] La Sociedad Civil ecuatoriana 2012, “15 años de movilizaciones sociales y cambio estructural”.

- [13]** 2013 Ley de Compañías, Comisión Legislativa y Codificación Quito, Ecuador Ediciones Legales, expedido el 5 de noviembre del 1999.
- [14]** Localización del Proyecto Macro y Micro - www.es.scribd.com
- [15]** Optimismo Inteligente, 2013 Edición 1 Editorial Alianza.
- [16]** Parques Temáticos, 2013 Madrid España Universidad de Cataluña.

ANEXOS

ANEXOS 1 – PRESUPESTO DE CONSTRUCCION, DISEÑO Y OBRA CIVIL



RIVADENEIRA BARRIGA ARQUITECTOS

Presupuesto Estimativo General

Proyecto: Parque de diversiones FANTASY PARK

Ubicación: QUEVEDO

Agosto 1 - 2014

Area de terreno	20.000,00 m2
Area de construcción nueva m ²	2.220,00

Emitido		agosto 2014				
N°	Cod.	Rubro	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Tot. Rubro
Actividad	0	ESTUDIOS TECNICOS				
1	0	Proyecto arquitectónico	gl	1,00	20.000,00	20.000,00
	1	Levantamiento topográfico	ha	2,00	700,00	1.400,00
	2	Estudio de suelos	gl	1,00	5.000,00	5.000,00
	3	Planos estructurales de vías y edificios	gl	1,00	10.000,00	10.000,00
	4	Planos eléctricos	gl	1,00	8.000,00	8.000,00
	5	Planos Hidrosanitarios	gl	1,00	5.000,00	5.000,00
	6	Impuestos y aprobaciones	gl	1,00	2.000,00	2.000,00
						-
Sub Total Estudios técnicos						51.400,00

N°	Cod.	Rubro	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Tot. Rubro
Actividad	100	OBRAS GENERALES				
1	101	Remplanteo de ejes	m ²	20.000,00	1,01	20.200,00
2	102	Limpieza y desalojo de capa vegetal	m ²	20.000,00	3,00	60.000,00
3	103	Relleno general del terreno para subir el nivel	m3	30.000,00	7,00	210.000,00
4	104	Cerramiento perimetral altura 2,80	ml	650,00	72,00	46.800,00
5	105	Subbase plataforma vehicular, veredas caminería y pista de carting 40cm	m ³	320,00	22,00	7.040,00
6	106	Conformación de lago y colocación de geomembrana	m2	1.008,00	35,00	35.280,00
7	107	Capa de rodadura vehiculos, y vías peatonales.	m2	8.470,00	16,00	135.520,00
8	108	Bordillos	ml	500,00	16,00	8.000,00
9	109	Tratamiento de áreas verdes	m2	3.000,00	4,00	12.000,00
Sub Total Obras Preliminares						534.840,00

Nº	Cod.	Rubro	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Tot. Rubro	
Actividad	200	EDIFICIOS de ATRACCIONES y servicios generales					
1	201	Marquesina de acceso lona tensada, Boletería y cerramientos bajos	m2	300,00	220,00	66.000,00	
2	202	Tornos de control de acceso y salida	m2	4,00	2.000,00	8.000,00	
3	203	Salon de recepciones, restaurante y administracion	m2	808,00	450,00	363.600,00	
4	204	Taller	m2	45,00	280,00	12.600,00	
5	205	Graderío Escenario	m2	220,00	160,00	35.200,00	
6	206	Area cubierta de carros chocones y maquinas ludicas	m2	540,00	180,00	97.200,00	
7	207	Baterias sanitarias en graderio teatro	m2	55,00	400,00	22.000,00	
8	208	Baterias sanitarias en cancha de futbol	m2	55,00	400,00	22.000,00	
9	209	kiosco de comida carts	m2	15,00	200,00	3.000,00	
10	210	kiosco de comida Juegos	m2	7,00	250,00	1.750,00	
11	211	kiosco de comida ingreso	m2	15,00	200,00	3.000,00	
12	212	Cancha de Futbol Conformacion drenajes y equipamiento	m2	220,00	10,00	2.200,00	
13	213	Baterias sanitarias en lago	m2	55,00	400,00	22.000,00	
14	214	Zona de arena Juegos infantiles fijos	m2	370,00	25,00	9.250,00	
15	215	Pits-taller de karting	m2	60,00	200,00	12.000,00	
16	216	Pista de Karting y protexiones con neumáticos	m2	2.318,00	8,00	18.544,00	
17	217	Cuartos técnicos	m2	45,00	320,00	14.400,00	
Sub Total Edificios y atracciones						712.744,00	

Nº	Cod.	Rubro	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Tot. Rubro	
Actividad	300	JUEGOS BAJO CUBIERTA					
1	301	Dirty driving	1	1,00	5.616,80	5.616,80	
2	302	Outrun	1	1,00	2.458,40	2.458,40	
3	303	Sonic	1	1,00	2.528,40	2.528,40	
4	304	Manx TT	2	2,00	3.158,40	6.316,80	
5	305	LCD GP motor	2	2,00	3.228,40	6.456,80	
6	306	Virtual race horsing	1	1,00	4.200,00	4.200,00	
7	307	Juniro Basketball	1	1,00	1.050,00	1.050,00	
8	308	Crack crab	1	1,00	2.010,40	2.010,40	
9	309	Naughty ducks	1	1,00	2.562,00	2.562,00	
10	310	Rolls Royce	1	1,00	427,00	427,00	
11	311	Big eyes fishing	1	1,00	504,00	504,00	
12	312	Running horse	1	1,00	582,40	582,40	
13	313	Stream train	1	1,00	1.416,80	1.416,80	
14	314	Shooting basketball	1	1,00	924,00	924,00	
15	315	Luxury Basketball	1	1,00	1.295,00	1.295,00	
16	316	Universe hokey	1	1,00	1.988,00	1.988,00	
17	317	Elephant hokey	1	1,00	2.002,00	2.002,00	
18	318	Dream Blowing	1	1,00	2.104,20	2.104,20	
19	319	King of hammer	1	1,00	1.890,00	1.890,00	
20	320	Monky and fruit	1	1,00	2.822,40	2.822,40	
21	321	Sea adventure	1	1,00	3.914,40	3.914,40	
22	322	Dancing machine	1	1,00	4.501,00	4.501,00	
23	323	World Boxing Championship	1	1,00	1.758,40	1.758,40	
Sub Total juegos + cubierta						59.329,20	

Nº	Cod.	Rubro	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Tot. Rubro
Actividad	400	JUEGOS A LA INTEMPERIE				
1	401	Track car	1	1,00	21.840,00	21.840,00
2	402	Carrousel	1	1,00	15.400,00	15.400,00
3	403	Mini ferris wheel	1	1,00	22.400,00	22.400,00
4	404	mMini pitare ship Carousel	1	1,00	14.000,00	14.000,00
5	405	Mechanical Bull	1	1,00	6.090,00	6.090,00
6	406	Human groscope	1	1,00	7.000,00	7.000,00
7	407	Bumper Boat	10	10,00	1.330,00	13.300,00
8	408	Kids bumper boat	6	6,00	595,00	3.570,00
9	409	Carros Chocones	10	10,00	2.324,00	23.240,00
10	410	Go carts	10	10,00	2.800,00	28.000,00
11	411	Juego Ludico	1	1,00	5.040,00	5.040,00
12	412	Piso para Carros Chocones	m²	160,00	140,00	22.400,00
13	413	Cesped Sintetico	m²	220,00	22,90	5.038,00
Sub Total juegos a la intemperie						187.318,00

Nº	Cod.	Rubro	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Tot. Rubro
Actividad	500	INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
1	501	Generador	u	1,00	24.000,00	24.000,00
2	502	Transformador	u	1,00	10.000,00	10.000,00
3	503	Acometida eléctrica	u	1,00	17.000,00	17.000,00
4	504	Cuarto de comandos	u	1,00	8.000,00	8.000,00
5	505	Distribución a cada centro de carga	u	8,00	2.200,00	17.600,00
6	506	Tomas de 110 v	u	120,00	60,00	7.200,00
7	507	Tomas de 220 v	u	46,00	112,00	5.152,00
8	508	Tendido de iluminacion exterior	gl	1,00	35.000,00	35.000,00
9	509	Iluminación interior	pto	450,00	120,00	54.000,00
						177.952,00

Nº	Cod.	Rubro	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Tot. Rubro
Actividad	600	INSTALACIONES HIDROSANITARIAS				
1	601	Acometida de agua potable	u	1,00	6.000,00	6.000,00
2	602	Acometida de desague	u	1,00	3.000,00	3.000,00
3	603	Bomba y cisterna para agua potable	u	1,00	12.000,00	12.000,00
4	604	Sistema contra incendio (Bomba y gabinetes)	gl	1,00	50.000,00	50.000,00
5	605	Sistema de riego	gl	1,00	18.000,00	18.000,00
6	606	Puntos de agua	u	48,00	45,00	2.160,00
7	607	Puntos de desague	u	54,00	38,00	2.052,00
8	608	Línea de desagues generales agua servida	ml	300,00	28,00	8.400,00
9	609	Línea de desagues generales agua lluvia	pto	40,00	36,00	1.440,00
10	610	Cajas de revisión	u	12,00	260,00	3.120,00
						-
						103.052,00

SUBTOTAL - ESTUDIO TECNICO	51.400,00
SUBTOTAL OBRAS E INSTALACIONES	1.528.588,00
TOTAL JUEGOS	251.687,20
COSTO TOTAL	\$ 1.831.675,20

ANEXOS 2 – MAQUINAS DE JUEGOS

Atracciones mecánicas – área interna

B-02	Dirty Drivin		SIZE:(W x D xH) 280 x117x225CM Weight: 220KG	1 set	US\$4,012
B-07	Outrun		SIZE:(W x D xH) 110x77x194 Weight:250KG	1 set	US\$1,756
B-10	Sonic		SIZE:(W x D xH) 175x118x190cm Weight:270KG	1 set	US\$1,806
B-14	Manx TT		SIZE:(W x D xH) 125x171x173 Weight:240KG	2 set	US\$2,256
B-15	LCD GP Motor		SIZE:(W x D xH) 125x171x173 Weight:240KG	2 set	US\$2,306
G-27	Virtual Horse Racing		SIZE:(W x D xH) 200x150x180CM 47" LCD Screen	1 set	US\$3,000

K-05	Junior Basketball		SIZE:(W x D xH) 80x80x180CM Weight:150kg	1 set	US\$750
K-08	Crack Crab		SIZE:(W x D xH) 113x83x150 CM Weight:160KG	1 set	US\$1,436
K-11	Naughty Ducks		SIZE:(W x D xH) 185x110x220 CM Weight:150KG	1 set	US\$1,830
K-14	Rolls-Royce		SIZE:(W x D xH) 80x118x138CM Weight: 100KG	1 set	US\$305
K-15	Big Eyes Fishing		SIZE:(W x D xH) 50x120x110CM Weight: 65KG	1 set	US\$360
K-17	Running horse		SIZE:(W x D xH) 80x90x125CM Weight: 60KG	1 set	US\$416
K-19	Steam train		SIZE:(W x D xH) 90x150x140CM Weight:150 KG	1 set	US\$1,012
E-01	Shooting basketball		SIZE:(W x D xH) 100x240x245CM Weight: 345KG	1 set	US\$660
E-02	Luxury Basketball		SIZE:(W x D xH) 100x245x270CM Weight:355KG	1 set	US\$925

E-04	Universe Hockey		SIZE:(W x D xH) 210x185x100CM Weight:200KG	1 set	US\$1,420
E-05	Elephant Hockey		SIZE:(W x D xH) 210x150x155CM Weight:240KG	1 set	US\$1,430
E-08	Dream Blowing		SIZE:(W x D xH) 149x252x231CM Weight: 200KG	1 set	US\$1,503
E-10	King of The Hammer		SIZE:(W x D xH) 90x50x200CM Weight:180KG	1 set	US\$1,553
L-04	Monkey and Fruit		SIZE:(W x D xH) 121x94x170 CM Weight:160KG	1 set	US\$2,016
L-15	Sea Adventure		SIZE:(W x D xH) 88x210x230CM Weight:200KG	1 set	US\$2,796

L-18	King of The Hammer		SIZE:(W x D xH) 70x90x260CM Weight:160KG	1 set	US\$1,350
M-08	5.0 version Dancing machine		SIZE:(W x D xH) 245x250x250CM Weight:560KG	1 set	US\$3,215

Atracciones mecánicas – área externa



Item/nombre	track car	Item/nombre	flying car
Size/tamaño	17x6m	Size/tamaño	9x2m
Capacity/Capacidad	12 people/gente	Capacity/Capacidad	8 people/gente
Power/Potencia	3.6 kw	Power/Potencia	2.5kw
Area/Área	17x6m	Area/Área	9x6m
EXW price/precio	15600 USD	EXW price/precio	13500 USD



Item/nombre	mini ferris wheel
Size/tamaño	diameter/diámetro 6m
Capacity/Capacidad	10 people/gente
Power/Potencia	7.5kw
Area/Área	7x7m
EXW price/precio	16000 USD



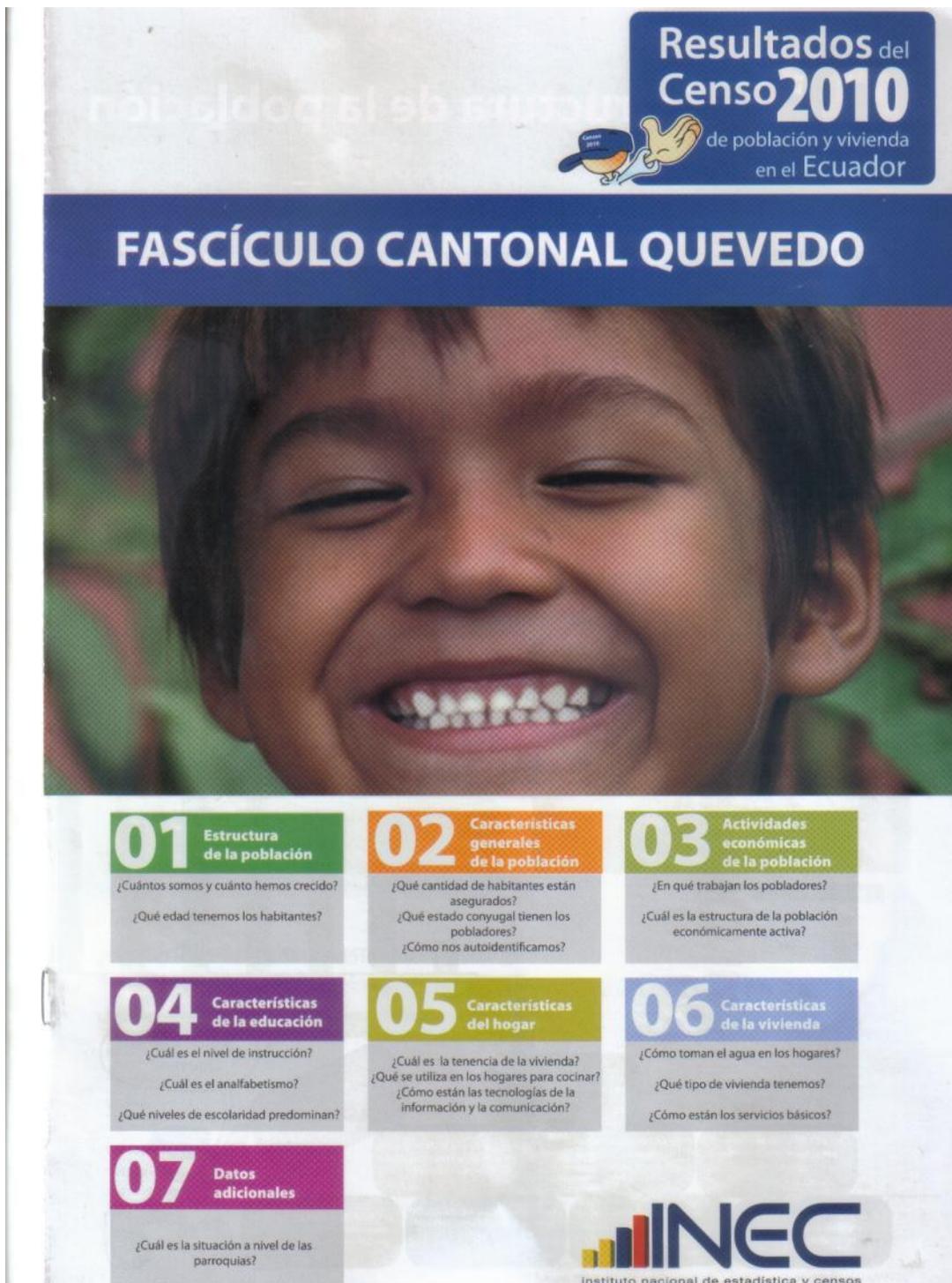
Item/nombre	mini pirate ship
Size/tamaño	4x3m
Capacity/Capacidad	8 people/gente
Power/Potencia	3 kw
Area/Área	5x3m
EXW price/precio	10000 USD



Item/nombre	Carousel
Size/tamaño	diameter/diámetro 5 m
Capacity/Capacidad	9 people/gente
Power/Potencia	3 kw
Area	6x6 m
EXW price/precio	11000 USD

No.	Model	Picture	Description	Material	Quantity	Unit Price (EXW)
ALI-MB01	mechanical bull		<p>Area: 4m*4m Power :1.8 kw Voltage :220V/50HZ Cargo Volume 4.5 CBM Remark:Color and style are customized</p>	FRP	1 Set	USD 4,350
ALI-H02	Human gyroscope		<p>Size: 3.5*2.2*3 m Passenger: 6 Power: 4kw</p>	FRP and steel	1 Set	USD 5,000

ANEXOS 3 – ESTADISTICAS DEL INEC

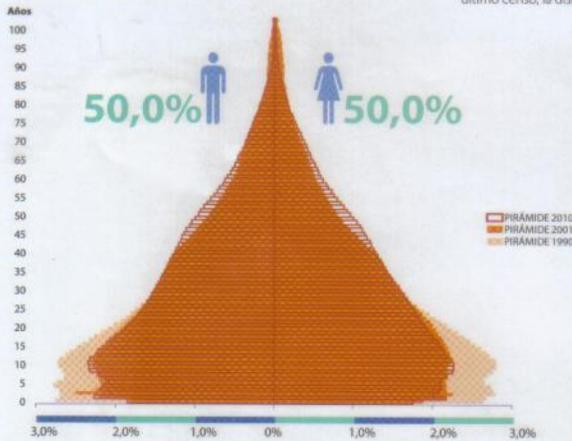


01

Estructura de la población

¿QUÉ EDAD TENEMOS?

La diferencia entre la población joven de 1990 y el 2001 es amplia; sin embargo entre el 2001 y el último censo, la disminución ha sido leve.



Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	476	0,3%	75	0,0%
De 90 a 94 años	527	0,4%	202	0,1%
De 85 a 89 años	761	0,5%	449	0,3%
De 80 a 84 años	979	0,7%	995	0,6%
De 75 a 79 años	1.403	1,0%	1.584	0,9%
De 70 a 74 años	1.954	1,4%	2.518	1,5%
De 65 a 69 años	1.858	1,3%	2.580	1,5%
De 60 a 64 años	4.090	2,9%	5.211	3,0%
De 55 a 59 años	3.752	2,7%	5.707	3,3%
De 50 a 54 años	5.264	3,8%	7.236	4,2%
De 45 a 49 años	6.089	4,4%	9.209	5,3%
De 40 a 44 años	7.954	5,7%	10.299	5,9%
De 35 a 39 años	9.219	6,6%	11.396	6,6%
De 30 a 34 años	10.658	7,6%	12.746	7,3%
De 25 a 29 años	11.005	7,9%	14.022	8,1%
De 20 a 24 años	13.365	9,6%	15.589	9,0%
De 15 a 19 años	14.088	10,1%	17.285	10,0%
De 10 a 14 años	15.866	11,3%	19.446	11,2%
De 5 a 9 años	15.384	11,0%	18.975	10,9%
De 0 a 4 años	15.098	10,8%	18.051	10,4%
Total	139.790	100,0%	173.575	100,0%

¿CUÁNTOS SOMOS Y CUÁNTO HEMOS CRECIDO?



Número de personas
Tasa de crecimiento



Sabías que en Quevedo...

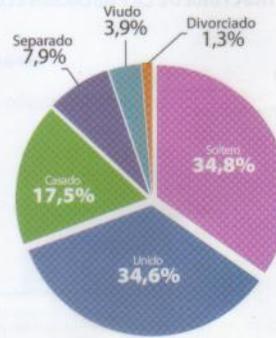
- Quevedo es el cantón, de la provincia de Los Ríos, que usa mayoritariamente celulares, computadoras e internet.
- Más de la mitad de los pobladores del cantón usa teléfono celular.
- De las personas ocupadas, en su mayoría aportan o son afiliados al seguro general del IESS.
- La mayor cantidad de población del cantón se concentra en la parroquia Quevedo.
- Los hogares, en su mayoría compran agua purificada para beber.
- Cerca de la mitad de los hogares tienen vivienda propia y totalmente pagada.
- En los niños en edad escolar, la tasa de asistencia para el nivel de instrucción básica es alta.
- La mayoría de los habitantes del cantón tratan el agua antes de beberla.
- Del total de mujeres del cantón, aproximadamente la mitad se encuentra en edad reproductiva.

02

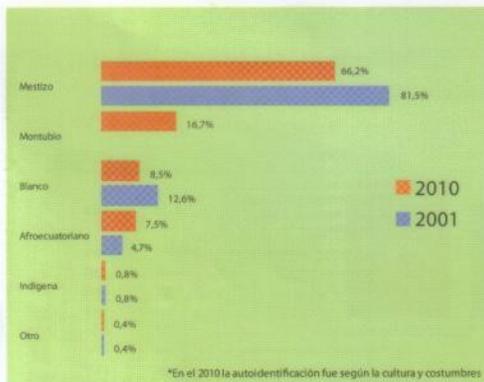
Características generales de la población

¿QUÉ ESTADO CONYUGAL TENEMOS?

Estado Conyugal	Total	Hombre	Mujer
Soltero	44.570	39,5%	30,2%
Unido	44.298	34,4%	34,8%
Casado	22.467	17,4%	17,7%
Separado	10.061	5,8%	9,9%
Viudo	5.008	1,9%	5,9%
Divorciado	1.623	1,0%	1,5%



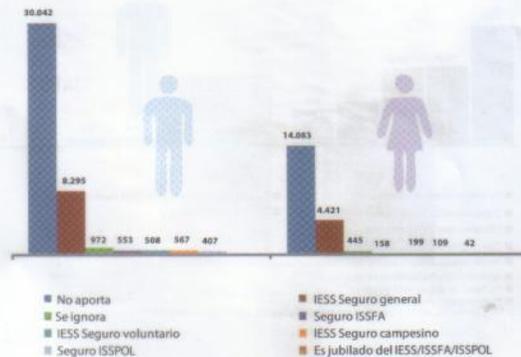
¿CÓMO NOS AUTOIDENTIFICAMOS*?



¿QUÉ CANTIDAD DE HABITANTES ESTÁN ASEGURADOS?

Aporte o afiliación*	Personas
No aporta	44.125
IESS Seguro general	12.716
Se ignora	1.417
Seguro ISSFA	711
IESS Seguro voluntario	707
IESS Seguro campesino	676
Seguro ISSPOL	449
Es jubilado del IESS/ISSFA/ISSPOL	299

*Personas ocupadas de 18 años y más.



03

Actividades económicas de la población

¿CUÁL ES LA ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA?



* La Población en edad de trabajar y la PEA se calculan para las personas de 10 años de edad y más.

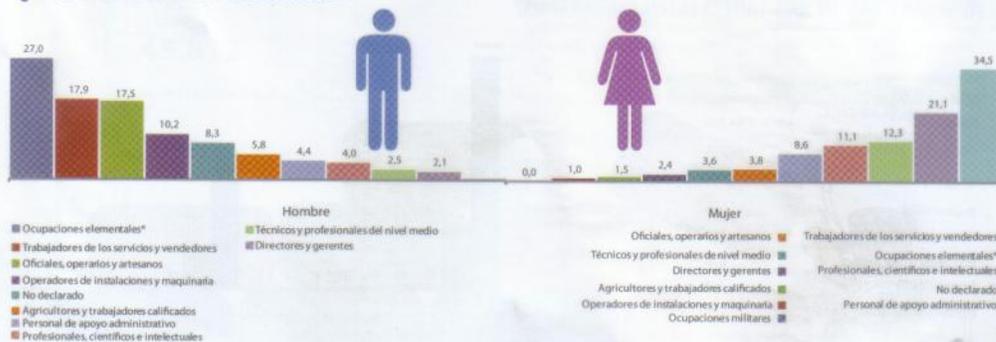
¿EN QUÉ TRABAJAN LOS HABITANTES?



Ocupación*	Hombre	Mujer
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	3.175	2.488
Empleado/a u obrero/a privado	15.692	5.875
Jornalero/a o peón	9.040	667
Patrono/a	1.001	578
Socio/a	331	191
Cuenta propia	11.398	6.250
Trabajador/a no remunerado	448	210
Empleado/a doméstico/a	184	2.327
No declarado	2.099	1.486
Total	43.368	20.072

*Personas ocupadas de 10 años y más.

¿DE QUÉ TRABAJAN LOS HABITANTES?



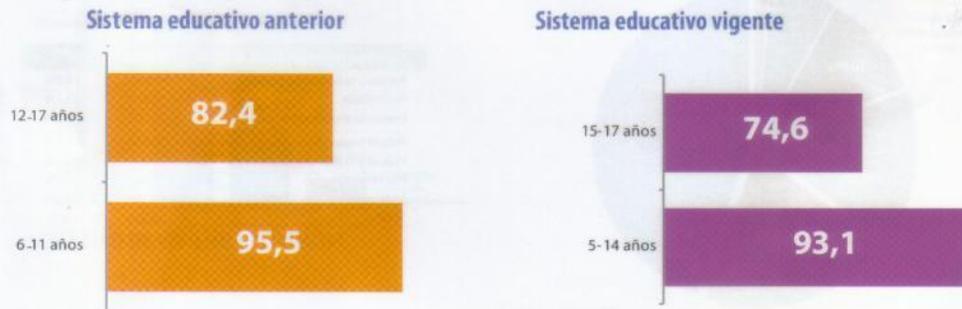
*Se refiere a limpiadores, asistentes domésticos, vendedores ambulantes, peones agropecuarios, pesqueros o de minería, etc.

04

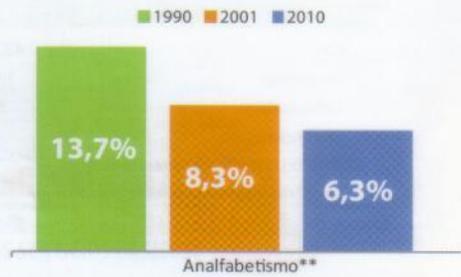
Características de la educación

¿CUÁL ES EL NIVEL DE INSTRUCCIÓN?

Tasa de asistencia neta



¿CUÁL ES EL ANALFABETISMO EN LOS HABITANTES?



**Personas de 15 años y más que no saben leer ni escribir

¿QUÉ NIVELES DE ESCOLARIDAD PREDOMINAN?

Promedio de años de escolaridad*

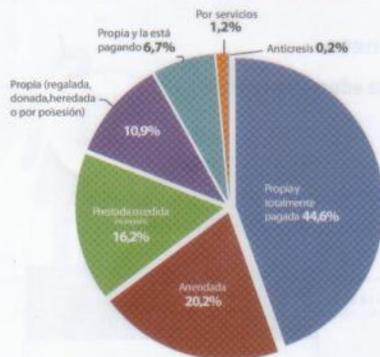


* Promedio de años de escolaridad para personas de 24 años y más

05

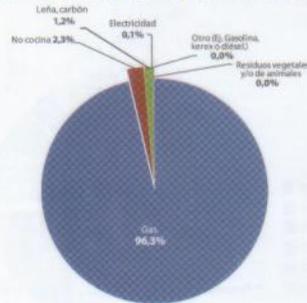
Características del hogar

¿CUÁL ES LA TENENCIA DE LA VIVIENDA EN LOS HABITANTES?



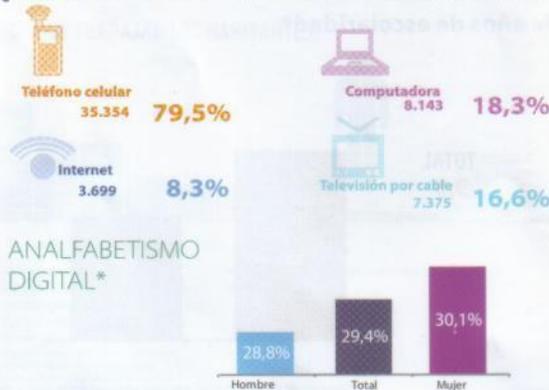
Tenencia de vivienda 2010	Hogares	%
Propia y totalmente pagada	19.847	44,6%
Arrendada	8.975	20,2%
Prestada o cedida (no pagada)	7.193	16,2%
Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	4.840	10,9%
Propia y la está pagando	3.001	6,7%
Por servicios	547	1,2%
Anticrisis	86	0,2%
Total	44.489	100%

¿QUÉ SE UTILIZA EN LOS HOGARES PARA COCINAR?

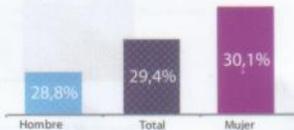


Combustible	Casos	%
Gas	42.856	96,3%
No cocina	1.034	2,3%
Leña, carbón	528	1,2%
Electricidad	64	0,1%
Otro (Ej. Gasolina, kerex o diésel)	6	0,0%
Residuos vegetales y/o animales	1	0,0%
Total	44.489	100%

¿CÓMO ESTÁN LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN?



ANALFABETISMO DIGITAL*



* Personas de 10 años y más que en los últimos 6 meses no utilizaron teléfono celular, internet ni computadoras

PERSONAS QUE UTILIZARON EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES**

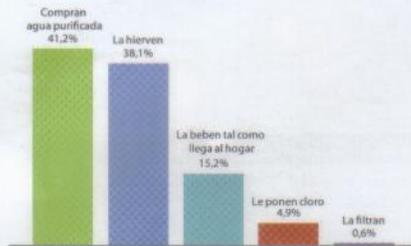


**En los últimos 6 meses previos al censo.

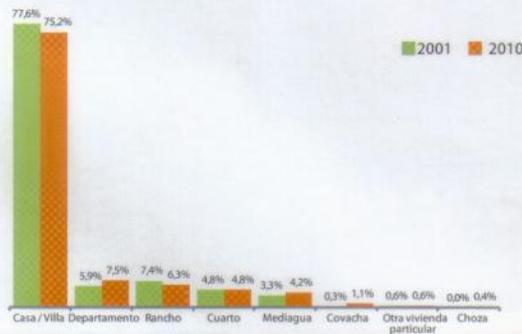
06

Características de la vivienda

¿CÓMO TOMAN EL AGUA EN LOS HOGARES?



¿QUÉ TIPO DE VIVIENDA TENEMOS?



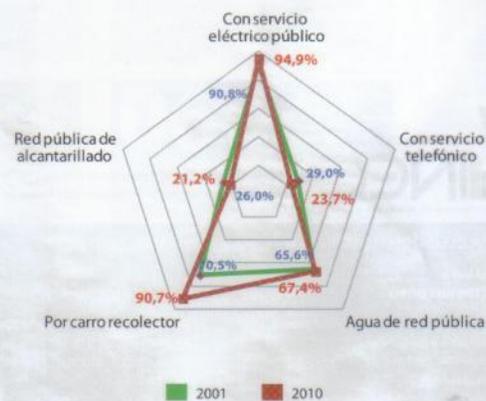
Total de viviendas*

50.583

*Particulares y colectivas

¿CÓMO ESTÁN LOS SERVICIOS BÁSICOS?

SERVICIO	2001	2010
SERVICIO ELÉCTRICO		
Con servicio eléctrico público	28.998	41.646
Sin servicio eléctrico y otros	2.955	2.238
SERVICIO TELEFÓNICO		
Con servicio telefónico	9.276	10.384
Sin servicio telefónico	22.677	33.500
ABASTECIMIENTO DE AGUA		
De red pública	20.971	29.591
Otra fuente	10.982	14.293
ELIMINACIÓN DE BASURA		
Por carro recolector	22.529	39.823
Otra forma	9.424	4.061
CONEXIÓN SERVICIO HIGIÉNICO		
Red pública de alcantarillado	8.308	9.287
Otra forma	23.645	34.597



Con respecto al 2001 hay una mayor cobertura en la recolección de basura mediante carro recolector y el servicio público de energía eléctrica

07

Datos adicionales

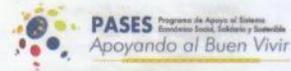
¿CUÁL ES LA SITUACIÓN A NIVEL DE LAS PARROQUIAS?

Parroquias	Hombres	%	Mujeres	%	Total	Viviendas*	Viviendas**	Viviendas***	Razón niños mujeres****	Analfabetismo	Edad promedio
Quevedo	79.218	91,2%	79.476	91,6%	158.694	46.283	46.228	40.184	387,1	6,0%	27
San Carlos	5.094	5,9%	4.934	5,7%	10.028	2.922	2.922	2.509	451,9	9,2%	28
La Esperanza	2.509	2,9%	2.344	2,7%	4.853	1.378	1.377	1.191	522,4	9,6%	27
Total	86.821	100%	86.754	100%	173.575	50.583	50.527	43.884			

* Particulares y colectivas ** Particulares *** Particulares ocupadas con personas presentes **** Niños menores de cinco años por 1000 mujeres en edad reproductiva (15 a 49 años)



Créditos:
Análisis Información Censal: Equipo Técnico de Análisis del Censo de Población y Vivienda
Diseño y Diagramación: Equipo de Comunicación y Análisis del Censo de Población y Vivienda



www.ecuadorencifras.com

www.inec.gob.ec

David Vera
DIRECTOR EJECUTIVO

Dirección Regional del Litoral (Guayaquil)
 Hurtado 1001 y Tungurahua,
 Teléfonos: (04) 2362 697 - 2374 915 - 2362 808
 Fax: (04) 2365 577

Administración Central (Quito)
 Juan Larrea N15-36 y José Rofrío,
 Teléfonos: (02) 2544 326 - 2544 561 Fax: (02) 2509 836

Dirección Regional del Norte (Quito)
 Av. 10 de Agosto N11-487 y Pasaje Carlos Ibarra,
 Teléfonos: (02) 2583 390 - 2583 385 - 2589 059
 Fax: (02) 2583 411

Dirección Regional del Centro (Ambato)
 Rocafuerte y Lalama sector Medalla Milagrosa Edificio del Salto Jr.
 Teléfonos: (03) 2421 867 - 2421871 - 2421 928 Fax: (03) 2421 991

Dirección Regional del Sur (Cuenca)
 Antonio Borrero 564 Ofic. 301,
 Teléfonos: (07) 2837 749 - 2842 104 - 2838 144
 Fax: (07) 2834 854