

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TÍTULO DEL PROYECTO

**“CREACIÓN DE UN CENTRO INFANTIL DE ENTRETENIMIENTO Y
APRENDIZAJE PARA LA PRESERVACIÓN DEL ECOSISTEMA VÍA
A LA COSTA”**



ELABORADO POR:

GARCIA CARRANZA ESTEFANIA MISHEL
CUMBA MORÁN ANA VALERIA

DIRECTORA: CYNTHIA ROMÁN

GUAYAQUIL, JULIO DE 2012

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios que me ha llenado de bendiciones a lo largo de mi vida, a mis padres por su apoyo moral y económico, a mis hermanos que han estado apoyándome en todos los aspectos.

A la universidad que ha sido guía para tener una buena formación académica y moral, ya que con su experiencia ha aportado a mi formación profesional.

Ana Valeria Cumba

Quiero agradecer a Dios y a mis padres que han estado guiándome siempre. Me han brindado de su apoyo en todo sentido, a mis hermanos que están siempre pendientes de mí, a mis profesores que con su conocimiento me han llenado de experiencia para poder realizar este trabajo.

Mishel García

DEDICATORIA

Dedico este libro a Dios por darme la voluntad de continuar día a día, a mis padres que han sido un pilar fundamental en mi vida, que me han sabido tener paciencia en todo momento y a mis hermanos que me dan su apoyo diariamente.

Ana Valeria Cumba

Dedico este libro a Dios que ha sido me ha acompañado durante toda mi vida, a mis padres que me brindan de su apoyo durante mi formación académica, a mis hermanos que me acompañan en mi vida diaria,

Mishel Garcia

INDICE GENERAL

I. ASPECTOS PRELIMINARES

AGRADECIMIENTO.....	II
DEDICATORIA.....	III
RESÚMEN EJECUTIVO.....	X
ABSTRACT.....	XVII
RESUMÉ.....	XIX
INTRODUCCIÓN.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
JUSTIFICACIÓN	3
CONTRIBUCIÓN DEL PROYECTO.....	5
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	5
A.-OBJETIVOS GENERALES.....	5
B.- OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	5
METODOLOGÍA.....	6

CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL PROYECTO

1.1. Marco Referencial	8
1.1.1. La Importancia de la Educación Ambiental en las Escuelas	8
1.1.2. Modelo de Negocio de Granjas Educativas en países del extranjero	9
1.1.3. El Juego como elemento principal en el aprendizaje.....	10
1.1.3.1. Ventajas del Edu-entretenimiento.....	13
1.2. Marco Teórico	15
1.2.1 Teorías de La Educación Infantil, Los Comportamientos Intelectuales del Niño, Etapas de Desarrollo del Niño.....	15
1.2.2. Modelo de Negocio Canvas.....	21
1.2.3. Análisis FODA.....	22
1.2.4. Análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	23
1.2.5. Teoría del análisis del entorno (PEST).....	24
1.2.6 Tasa Interna de retorno (TIR).....	25
1.2.7 Valor Actual Neto (VAN).....	26
1.3. Marco Conceptual.....	26
1.3.1. Concepto de Edu-entretenimiento.....	27
1.3.2. Concepto de Actividades lúdicas	27

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Análisis de la Industria y el Entorno.....	28
2.1.1. Definición de la industria.....	28
2.1.2. Demanda en Guayaquil.....	31
2.1.3. Oferta de lugares educativos y turísticos para niños en Guayaquil	31
2.1.4. Oferta de lugares de entretenimiento para niños en Guayaquil	32
2.2. Análisis P.E.S.T.	35
2.2.1. Factor Político-Legal.....	35
2.2.2. Factor Económico.....	37
2.2.3. Factor Socio-Cultural.....	41
2.2.4. Factor Tecnológico	42
2.3. Análisis de la Industria.....	43
2.3.1. Amenaza de nuevos competidores entrantes	43
2.3.2. Intensidad de la rivalidad de los competidores	43
2.3.3. Amenazas de servicios sustitutos.....	44
2.3.4. Poder de negociación de compradores	44
2.3.5. Poder de negociación de proveedores	45
2.4. Análisis F.O.D.A.....	45
2.4.1. Fortalezas.....	45
2.4.2. Oportunidades.....	46
2.4.3. Debilidades	46

2.4.4. Amenazas.....	44
2.5. Investigación de Mercado.....	48
2.5.1. Segmentación del Mercado.....	48
2.5.2. Definición del Mercado Objetivo	49
2.5.3. Cálculo de la Muestra.....	49
2.5.4. Análisis de la Encuesta.....	51

CAPÍTULO III: PLAN DE MARKETING

3.1. Objetivos y Estrategias.....	65
3.1.1. Objetivo General.....	65
3.1.2. Objetivo Específico	65
3.1.3. Estrategia de Introducción.....	65
3.1.4. Estrategia de Posicionamiento.....	67
3.2. Análisis de las 5 C.....	68
3.2.1. Clientes.....	68
3.2.2. Compañía.....	68
3.2.3. Competidores.....	68
3.2.4. Colaboradores.....	69
3.2.5. Contexto.....	69
3.3. Marketing Mix (4C)	70

3.3.1. Cliente.....	70
3.3.2. Costo	71
3.3.3. Comodidad.....	71
3.3.4. Comunicación.....	72
3.4. Plan de Acción.....	73

CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del Proyecto	75
4.1.1. Factores.....	75
4.2. Infraestructura Física.....	75
4.2.1. Localización del Proyecto	75
4.2.2. Terreno.....	77
4.2.3. Ubicación Estratégica.....	77
4.2.4. Distribución del Lugar.....	77
4.2.5. Plano de la Granja Interactiva.....	85
4.2.6. Vista 3d de la Granja Interactiva	86
4.2.7. Personal del servicio requerido	89
4.3. Ingeniería del Proyecto.....	90
4.3.1. Proceso de Producción.....	90

4.3.2. Actividades a realizarse.....	92
4.3.3. Requerimiento de mano de obra	96
4.3.4. Requerimiento de insumos y servicios	96
4.3.5. Recursos necesarios para la inversión de la granja interactiva	96

CAPÍTULO V: ESTUDIO ADMINISTRATIVO

5.1. Descripción del negocio.....	98
5.2. La Empresa y su constitución.....	98
5.3. Logo y Slogan	100
5.4. ¿Quiénes Somos?.....	101
5.5. Misión.....	101
5.6. Visión.....	101
5.7. Objetivos de la Empresa.....	101
5.7.1. Objetivo General.....	101
5.7.2. Objetivos Específicos.....	102
5.8. Principios y valores	102
5.9. La Organización.....	104
5.9.1. Estructura Organizacional.....	104
5.9.2. Estructura Funcional.....	105

CAPÍTULO VI: ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Inversión Inicial del Proyecto.....	108
6.2. Financiamiento de la Inversión.....	109
6.3. Presupuestos del Proyecto	110
6.3.1. Presupuesto de Operación.....	110
6.3.2. Presupuesto de Gastos.....	111
6.4. Presupuestos de Costos	112
6.4.1. Visita al Centro de Entretenimiento.....	112
6.4.2. Costo Caritas Pintadas.....	113
6.4.3. Costo Alquiler Restaurante.....	114
6.5. Presupuesto de Ingresos de Venta	115
6.5.1. Proyección de Ventas en el Primer Periodo.....	116
6.5.2. Proyección de Ventas a Cinco Años.....	117
6.6. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	118
6.7. Balance General Final Proyectado.....	119
6.8. Flujo de Caja Proyectado.....	120
6.9. Evaluación Financiera del Proyecto.....	121
6.9.1. Cálculo de la Tasa de Descuento	121
6.9.2. Cálculo del Costo Capital Promedio Ponderado.....	121
6.9.3. Análisis de TIR y VAN.....	121

6.9.4. Cálculo del Punto de Equilibrio.....	122
6.9.5. Análisis de los Indicadores Financieros.....	123
6.9.6. Análisis de Sensibilidad.....	124

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

VIII. BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

INDICE GRÁFICOS

Gráfico 1: Edad personas encuestadas.....	52
Gráfico 2: Genero personas encuestadas.....	53
Gráfico 3: Sector residencia personas encuestadas.....	54
Gráfico 4: Personas con hijos entre 1 y 12 años.....	55
Gráfico 5: Edad de niños padres encuestados.....	56
Gráfico 6: Lugares entretenimiento más visitados.....	57
Gráfico 7: Frecuencia visita en el año.....	58
Gráfico 8: Aceptación del servicio por los padres de familia.....	59
Gráfico 9: Factores más importantes al escoger un establecimiento.....	60
Gráfico 10: Personas que consideran deberían pagar la entrada.....	61
Gráfico 11: Precio por la entrada de los niños.....	62
Gráfico 12: Precio por la entrada de los adultos.....	63
Gráfico 13: Animales les gustaría encontrar en la granja.....	64
Gráfico 14: Macro localización.....	71
Gráfico 15: Plano Granja Interactiva.....	85
Gráfico 16: Vista en 3D de Corrales.....	86
Gráfico 17: Vista en 3D de Talleres y juegos.....	86
Gráfico 18: Vista en 3D de parqueaderos.....	87
Gráfico 19: Vista en 3D de Lago.....	87
Gráfico 20: Vista en 3D del huerto, los baños y corrales.....	88
Gráfico 21: Organigrama de la Compañía.....	104

INDICE DE TABLAS

Tabla No. 1: Aspectos que mejoran el juego.....	20
Tabla No. 2: Propuesta Clasificación de la Industria.....	30
Tabla No. 3: Análisis de detalles Competencia	34
Tabla No. 4: Matriz FODA Consolidado.....	47
Tabla No. 5: Tamaño de la Muestra.....	51
Tabla No. 6: Edad Personas Encuestadas.....	51
Tabla No. 7: Genero Personas Encuestadas.....	52
Tabla No. 8: Sector Residencia personas encuestadas.....	53
Tabla No. 9: Personas con hijos entre 1 y 12 años.....	54
Tabla No. 10: Edad de niños padres encuestados.....	55
Tabla No. 11: Lugares entretenimiento más visitados.....	56
Tabla No. 12: Frecuencia visita en el año.....	57
Tabla No. 13: Aceptación del servicio por los padres de familia.....	58
Tabla No. 14: Factores más importantes al escoger un establecimiento.....	59
Tabla No. 15: Personas que consideran deberían pagar la entrada.....	60
Tabla No. 16: Precio por la entrada de los niños.....	61
Tabla No. 17: Precio por la entrada de los adultos.....	62
Tabla No. 18: Animales les gustaría encontrar en la granja.....	63
Tabla No.19 Cuadro de Actividades programadas.....	73
Tabla No. 20 Tabla de Plan de Acción.....	74
Tabla No. 21 Construcción Áreas Administrativas.....	78
Tabla No. 22 Otras Construcciones.....	78
Tabla No. 23 Construcciones de Áreas Producción de Servicios.....	79
Tabla No. 24 Terreno.....	80
Tabla No. 25 Capacidad instalada Centro Entretenimiento.....	80
Tabla No. 26 Cuadro: Capacidad instalada Actividades.....	81
Tabla No. 27 Capacidad instalada Restaurante.....	81
Tabla No. 28 Equipos de Operación.....	82
Tabla No. 29 Mobiliario de Operación.....	82
Tabla No. 30 Otros Equipos de Operación.....	83
Tabla No. 31 Muebles de Oficina.....	83

Tabla No. 32 Equipos Computación.....	84
Tabla No. 33 Equipos Oficina.....	84
Tabla No. 34 Tipos de Contrato.....	90
Tabla No. 35 Servicios a ofrecer en la Granja Interactiva.....	91
Tabla No. 36 Talleres a Realizarse.....	93
Tabla No. 37: Programa Fiestas de Cumpleaños.....	99
Tabla No. 38: Propiedad Accionaria.....	93
Tabla No. 39: Fichero de puesto y funciones – Administrador.....	105
Tabla No. 40: Fichero de puesto y funciones – Asesor Marketing.....	106
Tabla No. 41: Fichero de puesto y funciones – Guía Talleres.....	106
Tabla No. 42: Fichero de puesto y funciones – Guía Animales.....	107

RESUMEN EJECUTIVO

El entretenimiento es fundamental para todo ser humano, pero principalmente para los niños y niñas, ya que ellos mientras juegan van aprendiendo, desarrollan su imaginación y su creatividad. Porque el juego es libre para todos sean niños jóvenes o adultos. Y a su vez cuando se disfruta en el aire libre es mucho mejor, porque se convive con la naturaleza y los animales que se encuentran a su alrededor. De esta forma los niños y niñas aprenden a cuidar y mantener sano el ecosistema.

Es así como nace la idea de Negocio de la granja didáctica: Kids Ventura S.A., que tiene un concepto diferente y novedoso en la ciudad de Guayaquil. El cual imparte la educación ambiental con la diversión, de esta forma se presenta la idea de edu-entretenimiento, mientras los niños juegan van obteniendo conocimiento de las distintas actividades que se presentan.

El servicio es ofrecer una experiencia inolvidable para los niños de 1 a 12 años de edad. Junto con los talleres y las actividades que se tienen planeadas para que los pequeños se diviertan.

El estudio de mercado de este tipo de negocio dio positivo porque es un negocio nuevo en la ciudad de Guayaquil. Además que se observó un interés en los padres de familia que les gustaría llevar a sus hijo a este lugar. Las razones son que ya no hay lugares para niños que tengan contacto con la naturaleza y los padres como los niños se sienten seguros de donde estén.

El mercado insatisfecho es de 93.624 niños en la ciudad de Guayaquil, lo cual se espera que vayan 8.310 niños al mes. Incluyendo escuelas particulares y niños particulares. Mediante un análisis se estableció el

precio de venta al público, los niños sea de \$6,00 la entrada. La cual incluye ciertos talleres para que el niño se entretenga y aprenda.

Para la implementación de la Granja Didáctica es necesario una inversión inicial de \$290.154,49, repartidos de la siguiente manera: inversión fija \$238.783,79, inversión diferida \$15.705,00 e inversión corriente \$35.665,70.

Lo que se financiará con fondos propios \$88.000,00 y con fondos bancarios \$202.154,49. Con el análisis financiero se determinó que el proyecto es rentable con un VAN para el proyecto de \$26.373,34. Con una TIR de 14,83%. Una TMAR de 11,65%. Y una Tasa de Descuento de 12,38%.

Finalmente, se realiza un análisis de sensibilidad y se puede determinar que el proyecto no es muy sensible a variaciones en aumento de costos o disminución de precio o demanda para el proyecto puro, ya que las variaciones en el VAN y TIR son pequeñas, sin embargo cuando se suben los costos y disminuyen los ingresos para el inversionista el proyecto es sensible.

ABSTRACT

The entertainment is essential to all human beings, but mainly for children. This is because as they play they can also learn, develop their imagination and creativity. Also the game is free for all children regardless they are kids or adults. Furthermore, when people play outdoors is much better because they live together with the nature and animals that around them. In that way, children can learn to care about and maintain healthy the ecosystems.

This is the way as the idea of that Teaching Farm business was born: Kids Ventura S.A., which has a different and novel concept in Guayaquil. This project is part of the environmental education with fun included, so the idea of edu-entertainment is presented, that is at the same time kids play, they are going to obtain knowledge in different activities that are during the way of the farm.

The service that we are offering is that kids between 1 and 12 years have an unforgettable experience. Also without leaving aside the workshops and activities that we have planned to kids have fun.

The Market Research for this type of business was really positive because it is a new business in the market of Guayaquil. In addition it was observed an interest in parents that would like to keep their sons to that place. The reasons are that there are not places like this for children which have contact with nature and also parents and kids feel safe where they are.

The market dissatisfied is of 93,624 children in Guayaquil, which is expected to receive 8.310 kids per month. This is including private schools and individual children. Through an analysis it was established the retail price and this is to children \$6,00, which includes some workshops for kids.

Additionally, to implement the didactic farm was need and initial investment of \$290.154,49, distributed in that way: fixed investment of \$238.783,79, deferred investment of \$15.705,00 and current investment of \$35.665,70.

It was invested with own funding \$88.000,00 and with bank funds \$202.154,49. After doing the financial analysis it was determined that the project is profitable with a VAN of \$26.373, 34 and with a TIR of 14,83%, a TMAR of 11, 65% and at last with a discount rate of 12.38%

Finally, we performed a sensitivity analysis and after that it can be determined that the project is not very sensitive to variations in cost increase or decrease in price or also the demand for a pure project too, because the variations of the VAN and TIR are little bit the differentiation. However, when there are a rise in costs and a decrease the income the project is sensitive for the investor.

RESUMÉ

Le divertissement est au cœur de tous les êtres humains, mais surtout pour les enfants, car ils jouent tout en apprenant, de développer leur imagination et de créativité. C'est parce que le jeu est gratuit pour tous, enfants, jeunes ou vieux. Et encore quand les personnes jouent en plein air est beaucoup mieux, parce qu'ils vivent avec la nature et les animaux qui sont autour. De cette façon, les enfants apprennent à soigner et à maintenir l'écosystème sain.

Ainsi est née l'idée d'une ferme d'enseignement: Kids Ventura S.A., qui a un concept différent et nouveau dans la ville de Guayaquil. C'enseigné l'éducation environnementale avec le plaisir, donc nous présenter l'idée de ludo-éducatif, tandis que le jeu des enfants sont pris connaissance des différentes activités présentées.

Le service qui nous offrons c'est que les enfants de 1 à 12 ans ont une expérience inoubliable avec des ateliers et des activités sont prévues pour les petits de s'amuser.

Le Étude approfondie du Marché pour ce type d'activité a été positive, car elle est un nouveau négoce dans la ville de Guayaquil. Dans le même temps, nous avons observé un intérêt chez les parents qui voudraient prendre leur fils à cet endroit. Les raisons en sont qu'il n'ya pas de places pour les enfants qui ont des contacts avec la nature, ou les parents et les enfants se sentent en sécurité là où ils sont.

Le marché n'est pas satisfaite 93,624 enfants dans la ville de Guayaquil, qui devrait être des enfants 8,310 par mois. Tout en suite y compris les écoles privées et les enfants individuels. A été établi par l'analyse du prix de détail, les enfants est entrée \$6,00, qui comprend des ateliers pour l'enfant à se divertir et apprendre.

Pour mettre en œuvre la Ferme pédagogique besoin d'un investissement initial de \$290,154.49, répartis comme suit: \$238,783.79 de capital fixe, report des investissements et des investissements en cours \$15,705.00 \$35,665.70.

Ce qui est capital financé \$88,000.00 \$202,154.49 et des fonds bancaires. Avec l'analyse financière, il a été déterminé que le projet est rentable avec une VAN pour le projet de \$26,373.34. Avec un TRI de 14,83%. Un TMR de 11,65%. Et un Taux d'actualisation de 12,38%.

Finalement, nous avons effectué une analyse de sensibilité et peut être déterminé que le projet n'est pas très sensible aux variations de hausse des coûts ou une diminution de prix ou de demande de projet pure, car les variations de la VAN et du TRI sont de petite taille, mais lorsque la hausse des coûts et une baisse des revenus pour le projet est l'investisseur sensible.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

I. Introducción

Hoy en día, la tecnología ha evolucionado y permite a niños y adultos disfrutar de ella. Sin embargo, a los que más les gusta pasar tiempo sentado frente a los distintos equipos tecnológicos son los niños. Y estos, no ofrecen programas educativos que aporten a su formación.

Por otro lado, los niños son los más afectados por la contaminación que existe hoy en día, en el ecosistema por las consecuencias de las generaciones pasadas indiferentes por el cuidado del medio ambiente. Explica Salas Luzuriaga, E., (2010)

El entretenimiento del niño en su etapa de crecimiento es esencial, porque este explora y despierta el interés en las cosas nuevas que va experimentando. Además, que le permite estimular su imaginación, distraerse y a la vez aprender. También, le permite ejercitar su cuerpo, tener coordinación y concentración en las distintas actividades que desarrolla. Sin embargo, si nos centramos en lo que es el entretenimiento, hay que tener en cuenta que este debe estar relacionado con la educación inicial del niño y a la vez que tenga contacto con la naturaleza, para que de esta manera pueda disfrutar de un pasatiempo con enseñanza.

Por esa razón, se ha pensado en un proyecto que se basa en la creación de un lugar de entretenimiento y aprendizaje para niños ubicado en vía a la Costa. Se construirá un espacio, cuya temática se centra en el medio ambiente. Este va a estar integrado básicamente por animales de granja, que será el elemento principal para la enseñanza de los pequeños, la cual será de forma didáctica y divertida.

Además, que el niño podrá entretenerse en sus momentos de ocio con la compañía de sus padres para que conozca el cuidado que necesita las

plantas y animales que habitan en una granja. Asimismo, que aprenda el respeto hacia la naturaleza interactuando en diferentes actividades que se implantarán en el lugar.

De esa forma, ellos se divierten experimentando una nueva actividad que les llama la atención, y recordarán en su vida. Así van adquiriendo conocimiento de los productos que se obtiene de cada animal, como viven y de que se alimentan porque los niños no solo van a ver a los animales sino que van a convivir con ellos, van a disfrutar y a conocer un día en la naturaleza.

II. Planteamiento del Problema

De acuerdo a investigaciones llevadas a cabo en la ciudad de Guayaquil, existen pocas alternativas de un lugar de entretenimiento infantil donde se pueda estar en contacto físico con la naturaleza y al mismo tiempo aprender de forma didáctica el respeto y cuidado hacia el medio ambiente.

Es así, como se puede encontrar fincas, zoológicos, parques y haciendas que son un sitio donde se realiza una visita turística, se conoce las diferentes especies de animales y son exhibidos al público en general. Sin embargo, no ofrecen la interacción y el sentido del juego, ni está dirigido exclusivamente para los niños.

Por otro lado, están los lugares de distracciones comúnmente visitados por los padres y sus hijos como son los sitios de diversión de los centros comerciales. Que bien se sabe no existe contacto alguno con el medio ambiente. Además, que solo es para entretenimiento del niño y no hay aprendizaje.

De igual manera, están las escuelas que juegan un papel relevante en la orientación del niño hacia el respeto por la naturaleza. Estas, no cuentan con un lugar de apoyo donde puedan practicar lo aprendido dentro del aula de clase, el cual ayudaría a fomentar la curiosidad, exploración, observación y la participación del niño.

Pantoja, A., (1997) explica que los sujetos forman sus conocimientos a partir de los conocimientos que ya tienen, poniéndolos a prueba y contrastándolos con la realidad. Es por eso, que si los niños desde temprana edad no tienen una interacción con la naturaleza como son los animales y las plantas, solo se limitaran al conocimiento teórico y no se construirá en ellos valores ambientales.

De esta manera, los principios del aprendizaje en los primeros años de educación junto al entretenimiento lograrán un cambio en la acción de los niños y así se evitara los patrones de conducta ecológicamente irresponsables según Luna, Ma. & Bustos, M., (2006).

III. Justificación

En la actualidad, la educación ambiental es considerada como una disciplina escolar que debe ser aprendida de una forma práctica, dinámica y teórica para llegar a construir pilares fundamentales en la evolución del niño y así desarrollar acciones y actitudes positivas hacia la naturaleza.

Bajo este concepto, es interesante la ejecución de un sitio con una idea innovadora dirigido solo para niños pequeños de 1 a 12 años de edad, la cual es la etapa exploratoria en la que se descubre nuevas cosas a través del tacto, el olor, los sonidos y las imágenes que impactan sobre su imaginación y sus emociones.

El lugar, será un centro de aprendizaje y entretenimiento conformado por animales y plantas de tal manera que los niños conserven una tendencia biológica a establecer un vínculo con el mundo natural, donde encontrarán una serie de cualidades únicas que no hallarán en otros entornos.

Es importante recalcar que la metodología a utilizar para la enseñanza de los niños es mediante el juego, ya que *“que la infancia es una etapa fundamental del niño y el juego es lo que caracteriza a esta etapa de la vida, porque es el factor central del aprendizaje y de la adaptación social”*. Según Ponce M., (2009).

Por lo tanto, se desarrollará algunas actividades que contribuirán con la educación de los pequeños y con el medio ambiente. De esta manera, al estar en contacto con los animales, los niños podrán:

- Desarrollar sentimientos positivos hacia el animal que contribuye a la autoestima y a la autoconfianza del niño.
- Instruirse de los animales que proveen lecciones acerca de la vida: la reproducción, el nacimiento, las enfermedades, la muerte y el duelo.
- Desarrollar un comportamiento responsable hacia los animales que los cuidan y proveen un enlace con la naturaleza.
- Aprender el respeto hacia otros seres vivientes.

De esta forma, se brindará a los padres de familia y a las escuelas un lugar que está en contacto con la naturaleza, donde se ayudará con las costumbres de buenos hábitos y actitudes ambientales positivas desde temprana edad de una forma entretenida y dinámica.

IV. Contribución al Proyecto

La educación ambiental es el resultado de la creciente preocupación por el medio ambiente y el desarrollo sostenible, es por esto que el proyecto contribuye al cuidado del ecosistema bajo el concepto de edu-entretenimiento dirigido a los niños de 1 a 12 años edad en la cual es considerada la etapa de formación básica.

Durante este periodo, el centro infantil ayudará a los niños a tener una sana interacción con la naturaleza mediante la aplicación de programas educativos cuidadosamente diseñados para la creación de valores, el desarrollo de acciones y actitudes positivas hacia su entorno.

Es así, como el niño en el transcurso de su infancia obtendrá conductas ambientales constructivas que servirá como complemento a la educación formal.

V. Objetivos del Proyecto

Objetivo General

Determinar la factibilidad de desarrollar una granja interactiva para niños de 1 a 12 años de edad, aplicando el concepto de edu-entretenimiento en la ciudad de Guayaquil.

Objetivo Especifico

- Analizar los principales factores que caracterizan al proyecto con el objetivo de efectuar un modelo de negocio adecuado a nuestro mercado objetivo.

- Realizar un estudio de mercado que permita identificar los gustos y preferencias del consumidor y la demanda potencial para emplear estrategias competitivas acorde al mercado.
- Diseñar un servicio bajo las normas de calidad y seguridad que se ofrecerá al cliente final.
- Elaborar un estudio técnico donde se muestre las necesidades en cuanto a infraestructura, equipamiento y ubicación para la puesta en marcha del proyecto y poder definir el monto de la inversión inicial.
- Determinar la rentabilidad de la idea del negocio con un análisis financiero.

VI. Metodología

La metodología a emplear será de tipo cualitativa, en la cual se establecerá una metodología de campo, porque se utilizará diferentes técnicas de investigación como son las entrevistas individuales a cada una de las personas a contratar.

Además, a los padres de familia que serán los que pagarán por el servicio ofrecido y a los educadores que tienen mayor conocimiento en el área pedagógica, con el cual se podrá obtener datos específicos ya que son personas especializadas en ciertos temas importantes para el proyecto. Y mediante encuestas a las Instituciones educativas y a las personas que llevarían a sus hijos a un lugar de entretenimiento y aprendizaje como este.

Se realizara dos tipos de investigaciones para el desarrollo del proyecto con el objetivo de obtener la información necesaria para analizar el tema planteado.

- **Estudio Exploratorio:** Se lo lleva a cabo cuando el objetivo principal es examinar un tema de investigación poco estudiado o que no se lo ha abordado anteriormente de tal forma que la

información encontrada servirá para identificar conceptos o variables promisorias que aportaran en el desarrollo de la investigación (Dankhe,1986)

- **Estudios Descriptivos:** Se lo utiliza cuando se desea identificar los componentes del fenómeno y evaluar dichos aspectos de forma independiente y así realizar una descripción real del fenómeno estudiado Dankhe, (1986)

CAPÍTULO I

“FUNDAMENTACION TEÓRICA DEL PROYECTO”

1.1. Marco referencial

1.1.1. La Importancia de la Educación Ambiental en las escuelas

En la actualidad, la educación básica a nivel global ha abarcado la educación ambiental como una materia esencial en el currículo de las instituciones educativas sean estas privadas o públicas.

El estudio de esta materia desde temprana edad es el resultado de la creciente preocupación por el medio ambiente y el desarrollo sostenible que se ha mantenido desde la década de 1990, año en el cual se comenzaba a tomar consciencia de la responsabilidad del hombre hacia la naturaleza.

El objetivo de la educación ambiental en los niños es construir las bases necesarias para desarrollar actitudes positivas hacia el ambiente, despertando la capacidad de comprensión hacia su entorno junto a la ayuda del educador, quien lo llevara a desarrollar una gran moralidad sobre el ambiente.

La infancia es una edad crucial para el desarrollo y formación de hábitos sobre los niños que se encuentran es un periodo de exploración en el que descubre y conoce. Es una etapa formativa clave para la enseñanza de buenos hábitos y es el mejor momento para empezar a transmitir conceptos y mensajes conservacionistas orientados a la participación activa, consciente y responsable en el individuo.

De ahí que en el contexto de la educación formal, la escuela juega un papel relevante en la orientación del niño hacia el respeto por la naturaleza y por todas las formas de vida. Según Greig, (1983) “los

programas educativos deben claramente estar dirigidos a establecer actividades que generen una sana interacción entre el niño y la naturaleza. Deben apoyarse en prácticas fuera del aula que fomenten la curiosidad, exploración, observación y participación desde los primeros años de la escuela primaria”.

1.1.2. Modelo de Negocio de Granjas Educativas en países del extranjero

La granjas educativas es una nueva idea de negocio que ha se ha venido desarrollando en diferentes países como Chile, Argentina, Perú, Estados Unidos, España entre otros. Son lugares especializados en realizar actividades que permiten tener un acercamiento con la vida rural como es el cuidado de animales domésticos, seguimiento de los cultivos del huerto y transformaciones sencillas de productos primarios. Conjuntamente, se pueden elaborar talleres de manualidades, expresión y animación.

En algunas granjas interactivas organizan estancias en régimen parecido a un campamento, con actividades recreativas y labores creadas por la granja. Además, cuentan con una infraestructura física compuesto por instalaciones de establos, huertos, áreas verdes, comedor y zonas recreativas.

Por lo general, el área donde se establece la granja es en un área abierta con amplios espacios verdes los cuales se hallan organizados de tal forma que brindan comodidad y espacio a los visitantes como son las instituciones educativas y a las personas particulares.

Este tipo de establecimientos muestran sistemas y programas de educación dirigidos a niños y grandes provenientes de instituciones educativas y personal capacitado y especializado, quienes son los que lideran las actividades en talleres de recreación y educación.

Las granjas interactivas por lo general cuentan con las siguientes características:

- Ubicación: Éstas en su mayoría se encuentran ubicadas en torno al área urbana, principalmente en la región metropolitana.
- Servicios: Las características de los servicios que estas ofrecen son bastante similares, presentando también similitud en cuanto a la estructura.
- Áreas: Existen áreas que son comunes en todas las granjas, como los módulos con animales, huertas, sin embargo hay otros que sólo están presentes en algunas granjas como las bodegas de vinos.
- Demanda: En su mayoría están orientadas a un mismo tipo de mercado siendo éste institucional.
- Comercialización: un gran porcentaje de las granjas utiliza Internet como medio de comercialización ya sea a través de un sitio Web o correo electrónico.

1.1.3. El Juego como elemento principal en el aprendizaje

“El juego es vital en muchos aspectos del desarrollo social, emocional e intelectual de los niños y presenta una importante repercusión en el aprendizaje”. Lesende Resúa, R., (2011).

Esto se debe porque es una conducta humana que realizan los niños de manera espontánea, como una actividad recreativa para un mejor rendimiento en los pequeños y formar su mente para actividades futuras.

Además, el juego es una actividad presente en todos los seres humanos debido a su universalidad que se manifiesta a lo largo de toda la vida del hombre.

Por otro lado, el juego es un modo de interacción con la realidad, es decir, que es útil para el desarrollo del niño en medida que él es su propio protagonista. Comenta Linaza, J.L., (2011) Catedrático de Psicología Evolutiva y de la Educación.

Asimismo, los juegos son procesos interactivos y comunicativos en los que participamos desde que nacemos, respondiendo a la demanda que recibimos de los adultos para actuar de una forma especialmente divertida y estimulante.

Durante los años preescolares, la personalidad infantil se va construyendo a través del ajuste armónico psicomotor, cognitivo y afectivo y es en los juegos donde se observa la integración de todos ellos. Según Ortega Ruiz, R., (2011) Catedrática de Psicología de la Educación y el Desarrollo en la Universidad de Sevilla

Torres Santomé, J., (2011) Catedrático de Didáctica y Organización Escolar de la Universidad de A Coruña cataloga al juego como un papel importante en el desarrollo del ser humano durante su infancia, porque se considera que el hábito entra en la vida como juego.

“En las situaciones lúdicas los niños y niñas “se adelantan a sí mismos”, incorporan modos de funcionamiento psicológico correspondientes a etapas o sub-etapas superiores de su desarrollo”. De esta forma, el juego permite crear una situación imaginaria que facilita que los niños y niñas puedan tratar de resolver o plantear deseos irrealizables (por ejemplo conducir un coche o pilotar un avión). Comenta Minerva Torres, C., (2007).

Marín, I., (2011) Asesora Pedagógica de Juegos y Juguetes: Profesora de la Sección de Educación Social de la Universidad Ramón Llull.

Delegada de AIJU en Cataluña afirma *“La vida infantil no puede concebirse sin juego, de manera que jugar es la principal ocupación de la infancia”*. Declaración de los Derechos del Niño adoptada por las Naciones Unidas el 20 de noviembre de 1959, se reconozca en el apartado 7c el *“Derecho del niño al juego”*.

Desde este punto de vista, *“el juego es una combinación entre aprendizaje serio y diversión. No hay acontecimientos de más valor que descubrir que el juego puede ser creativo y el aprendizaje divertido”*. Cita Minerva Torres, C., (2007). Asimismo opina Costa Ferrer, M., (2011) Directora del Departamento de Pedagogía de AIJU, Instituto Tecnológico del Juguete (Valencia), que *“el juego contribuye al desarrollo integral de la persona, porque influye en todas las áreas de la personalidad como intelectual, creativa, psicomotriz, social, y emocional o afectiva”*. También, se considera que mejora el pensamiento abstracto, la atención, la memoria, la creatividad, el lenguaje, el desarrollo afectivo-psico-sexual y el desarrollo social.

El juego es la actividad principal en la vida del niño; a través del juego aprende las destrezas que le permiten sobrevivir y descubre algunos modelos en el confuso mundo en el que ha nacido Lee, (1977).

En este sentido Eisen, G., (1994) ha examinado el papel de las hormonas, neuropéptidos y de la química cerebral en referencia al juego, y concluye diciendo que *“el juego hay que considerarlo como un instrumento en el desarrollo madurativo y estructural del cerebro”*.

Por otra parte, la actividad lúdica se convierte en un importante recurso didáctico y el juego en un motor de aprendizaje especialmente adecuado en la educación.

Además, la atención, la memoria y el ingenio se agudizan en el juego, y todos estos aprendizajes, que el niño realiza cuando juega, serán transferidos posteriormente a las situaciones no lúdicas. Igualmente, numerosos investigadores de la educación han llegado a la conclusión de que el aprendizaje más valioso es el que se produce a través del juego.

1.1.3.1. Ventajas del Edu-entretenimiento

Si bien es cierto la mayoría de los niños lo que hacen en su infancia es jugar, es decir, con lo explicado anteriormente los niños a través del juego van construyendo su desarrollo a medida que van creciendo. Esto es lo que les permite desenvolverse mejor en diversas áreas y lo que les va ayudar a tomar sus decisiones.

Bettelheim, B., (2007), en su libro *Good Enough Parent* menciona: *“Mientras más oportunidades tenga el niño para disfrutar de la riqueza y franca fantasía del juego en todas sus formas, lo más sólido será su desarrollo. Esta es la razón por la cual los niños privados de cultura y que tuvieron poca oportunidad para jugar y que sus padres no jugaron con ellos tienen tan difíciles tiempos en el colegio. Sin la experiencia de salir adelante en los juegos, no tienen confianza para lograr éxito en la escuela”.*

Por esa razón, se sugiere que el niño tenga la libertad de jugar, tomando sus propias decisiones en las actividades del juego. Además, permitiendo que desarrollen su imaginación, y no pensar que el juego es una pérdida de tiempo.

Hay que tener en cuenta, ante todo, la libertad como se mencionó anteriormente es esencial en la experiencia del niño, ya que de esta forma le permite explorar y descubrir nuevas cosas del mundo que los rodea, lo que les permite actuar en distintos escenarios sean éstos reales o solo imaginarios.

Asimismo, la secuencia es importante en esta situación ya que es la conexión entre el juego y el aprendizaje, es decir, que exista un ritmo y secuencia dentro de la acción, lo que le va a permitir al niño conocer que existe un principio y un final, una meta para que se pueda llegar a una conclusión clara dentro del juego y dentro del aprendizaje.

De igual forma, la interactividad emplea un factor importante dentro del juego, lo que permite que el niño se vincule con la realidad social en la que se encuentra y en la que se moverá dentro de toda su vida. Porque parte de la esencia humana es el vivir en la sociedad interactuando unos con otros, y este movimiento se vuelve la fuente de aprendizaje y expresión. Según Greenleaf, R., (2009)

Según la psicología, el juego es una necesidad que influye en el desarrollo cognoscitivo del infante, es decir que esto prepara al niño para su madurez.

Lo que comenta Martínez, N. es que el juego es el medio por el cual el infante aprende a relacionarse con el mundo, lo que significa que es la oportunidad de enfrentar sus emociones.

Por esa razón, es útil en el desarrollo del niño y conveniente para las instituciones educativas y toda la sociedad.

Es por eso que la base del Edu-entretenimiento es la interactividad, es decir, el aprender haciendo y no solamente escuchando.

Una ventaja de esto es lograr que el sujeto se involucre en actividades diferentes, siendo el actor para que se apropie del juego. Alcanzando así una experiencia significativa a través de la participación.

Por otro lado, el comportamiento del niño dentro de un parque es ventajoso porque utiliza su energía, concentración, creatividad y socialización. Lo que permite disfrutar y aprender, ya que se siente libre

en un espacio abierto y con la oportunidad de que su imaginación fluya con mejor facilidad.

1.2. Marco Teórico

1.2.1 Teorías de La Educación Infantil, Los Comportamientos Intelectuales del Niño, Etapas de Desarrollo del Niño

Existen dos tipos de educación: la tradicional y la moderna. La tradicional se basa en horarios.

Alain Lefebvre opina acerca de la educación tradicional que tiene vigencia hasta el siglo XIX en nuestro mundo occidental con las siguientes características:

- La escuela tiene la función de transmitir saberes y valoraciones aceptadas socialmente.
- El aprendizaje tiene carácter acumulativo, sucesivo y continuo.
- El aprendizaje viene del exterior.
- El aprendizaje prioriza la memoria, es libresco, autócrata y dictatorial.
- El aprendizaje hegemonía al profesor, la expansión oral del maestro y la repetición del niño.

Gilberto Guevara opina acerca de la educación moderna que es una educación más libre, donde el niño no sea solo oyente si no participe de la misma. Este tipo de educación, toma al ser humano no como una fuente en donde se depositan conocimientos, sino que lo ve como un organismo inteligente, capaz de resolver situaciones y tener pensamiento crítico.

Esto ocurre en el siglo XIX, donde surgió el pensamiento renovador con metodología tradicional. En este caso a la escuela la mencionan como un

lugar de desarrollo de comportamiento a través de libertad, actividad y descubrimiento.

Jean Piaget: opina que la educación puede verse como una transmisión de información, es por esto que existe el orden de adulto educador y niño o joven educativo. Tiene una estrecha relación con el tiempo pues a través de que este transcurre existen cada vez más cosas que conocer, aprender y asimilar por el hombre.

Por otra parte, se debe aclarar que no hay que considerar la educación solo como un aprendizaje de hechos o logros del pasado, el autor menciona esto de manera clara argumentando que el principal objetivo de la educación es crear hombres capaces de hacer cosas nuevas y no solamente repetir lo que han hecho otras generaciones, y esto se logra a través de una educación que logren desarrollar mentes creativas, inventivas y críticas, no solo conocedora¹¹.

Además, es necesario comprender que los niños cambian de comportamiento según la etapa de crecimiento en la que se encuentran. Por ese motivo, Piaget clasifica y explica la evolución de los juegos partiendo del período sensoriomotriz centrándose en las características estructurales de los mismos y desechando la clasificación por el contenido, la función y el origen. Nos dice: *“Para clasificar los juegos sin comprometerse a priori con una teoría explicativa, o dicho de otra forma, para que la clasificación sirva a la explicación en lugar de presuponerla, es necesario limitarse a analizar las estructuras como tales, tal como las testimonia cada juego: grado de complejidad mental de cada uno, desde el juego sensoriomotor elemental hasta el juego social superior”*²².

¹ Piaget, J. W., (1896-1980) “Un complemento a la educación tradicional”

² Piaget, J. La formación del símbolo en el niño, Buenos Aires, 1990, Fondo de Cultura Económica, 1990, pag. 151.

Partiendo de esta base obtiene tres grandes categorías que le permitirán luego dar su explicación e interpretación del juego según la estructura del pensamiento del niño. Primero brevemente veremos los tres criterios de clasificación y la evolución de los mismos para luego pasar a la explicación piagetiana del juego.

Piaget divide las etapas de la siguiente manera:

- Periodo sensorio motor: (de 0-2 años): En este periodo los cinco sentidos son esenciales, estos se encuentran en pleno desarrollo. Además los reflejos y capacidades motrices son la manera de conocer lo que les rodea. Así se va creando una asociación entre lo motriz y los sentidos.
- Periodo pre-operacional: (de 2-6 años): En esta etapa el niño, tiene la capacidad de entender acto y consecuencia, es decir, entienden que las acciones tienen cierto propósito y efectos que pueden ya imaginar, al igual que saber de cierta manera describir los objetos no presentes, pero ya anteriormente percibidos. Se comprende de mejor manera las secuencias de la vida diaria, por ejemplo sacar una llave insertada en la puerta para posteriormente abrirla. Su imaginación ya puede suponer y en esta etapa es muy común el uso del juego simbólico (juguemos a que....).
- Periodo operacional concreto: (de 6 a 12 años): En esta fase el niño logra actuar mejor en lo que es resolución de problemas, su memoria tiene la capacidad de conservar, y por esto ya no solamente utiliza símbolos, si no que lo hace de manera lógica. Conservar se refiere a que el niño entiende métricas en lo que se refiere a cantidad, material y superficie.

- Periodo operacional formal: (de 12 a 16 años): El niño deja la etapa de niñez y empieza su etapa adulta. Está potencialmente capacitado para formular pensamientos realmente abstractos o un pensar de tipo hipotético deductivo. Es decir, poseen un pensamiento más global referente a las cosas, pueden razonar de manera clara y no tienen dificultad en abstraer ideas.

Etapas según el método Waldorf:

- Primera infancia (0-6 años): Lo primordial es su entorno físico, pues es lo que puede captar a través de los sentidos, y su conocimiento se centra en la imitación.
- La imitación es el poder de identificarse personalmente con el entorno inmediato utilizando la voluntad activa de uno mismo. La ira, el amor, la felicidad, el odio, la inteligencia, la estupidez, el tono de voz, el contacto físico, el gesto corporal, la luz, la oscuridad, el color, la armonía, y la desarmonía son influencias absorbidas por el organismo físico, aún maleable y afectan el cuerpo para toda la vida.
- Infancia Media (6-11 años): El niño se centra en la exploración, pero a través ya no solo de los sentidos, sino algo más complejo que es la experiencia. Antes habían identificado cierto objeto o sentimiento a través de la imitación, ahora buscan más conciencia, y la imaginación es primordial.
- Adolescencia (12-16 años): En esta fase el ya joven empieza a entender su individualidad, y empieza a explorar el mundo a partir de la misma, buscando ser único dentro de la sociedad, y generando sus propias conclusiones del mundo que le rodea.

Es necesario observar que Piaget como Steiner, dividen a las etapas del niño a través de su capacidad de conocer, y su forma de hacerlo. Pues es esencial entender que el niño crece y evoluciona para conocer y enfrentar el mundo que se le presentara cuando sean adultos. Además fijan las etapas en la experimentación y comprensión de manera conjunta. Esto sucede porque en la etapa de crecimiento es esencial una fusión entre conocimiento intelectual y experiencias.

Tabla No.1
Aspectos que mejoran el juego

ASPECTOS QUE MEJORA EL JUEGO			
Desarrollo psicomotor	Desarrollo cognitivo	Desarrollo social	Desarrollo emocional
<ul style="list-style-type: none"> - Coordinación motriz - Equilibrio - Fuerza - Manipulación de objetos - Dominio de los sentidos - Discriminación sensorial - Coordinación visomotora - Capacidad de imitación 	<ul style="list-style-type: none"> - Estimula: la atención, la memoria, la imaginación, la creatividad, la discriminación de la fantasía y la realidad, y el pensamiento científico y matemático - Desarrolla el rendimiento la comunicación y el lenguaje, y el pensamiento abstracto 	<p><u>Juegos simbólicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Procesos de comunicación y cooperación con los demás - Conocimiento del mundo del adulto - Preparación para la vida laboral - Estimulación del desarrollo moral <p><u>Juegos cooperativos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Favorecen la comunicación, la unión y la confianza en sí mismos - Potencia el desarrollo de las conductas prosociales - Disminuye las conductas agresivas y pasivas - Facilita la aceptación interracial 	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrolla la subjetividad del niño - Produce satisfacción emocional - Controla la ansiedad - Controla la expresión simbólica de la agresividad - Facilita la resolución de conflictos - Facilita patrones de identificación sexual

Elaborado por: Autor

1.2.2. Modelo de Negocio Canvas

El Modelo Canvas (Ver Anexo No. 9) es una metodología que consiste en determinar la oferta de valor frente al segmento elegido. Este modelo es de gran importancia al momento que se quiere emprender un negocio, debido a que sirve para establecer el modelo de negocio que se va a implementar, ya que estas herramientas permiten ofrecer una visión más amplia de lo que se quiere y de lo que se va a ofrecer.

Por esta razón se ha utilizado como instrumento el modelo de CANVAS Osterwalder, (2010) que servirá como guía para tener una mejor visión de los procedimientos, de las actividades claves, recursos que se van a necesitar para que el proyecto se lleve a cabo. Es por eso que a través de este lienzo se explica el modelo de negocio de la granja interactiva, modelo que trata de hacer que el desarrollo de nuestro modelo de negocio contemple todos los aspectos claves que la futura organización no deberá olvidar.

Se parte del punto que se tiene que tener en cuenta que el negocio va aportar valor por eso lo primero en determinarse es la propuesta de valor que el negocio va a tener y la solución que se brinda con nuestra propuesta de valor.

Para poder realizar el Modelo de Negocios Canvas hay que tener en cuenta los clientes, proveedores, actividades que se van a realizar, las aportaciones, los recursos claves que requiere nuestra propuesta, definir los canales por donde accederemos a nuestros clientes.

Una vez determinado y clasificado todo lo que vamos a ofrecer como negocio se podrá aplicar todo lo que se describe en este modelo para tener resultados positivos.

1.2.3. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

Esta es una herramienta de análisis estratégico en la cual se puede descubrir las fortalezas y debilidades de una empresa, también las amenazas y las oportunidades que existe en la competencia y es usado para tomar decisiones para alcanzar los objetivos que se han propuesto en el plan de negocios según Ferrell, (2002)

- **Fortalezas**

Son todas aquellas potencialidades materiales o humanas con que cuenta una organización para su funcionamiento y desarrollo.

- **Debilidades**

Se considera las deficiencias materiales o humanas con que cuenta la empresa considerados como el principal responsable del funcionamiento interno

- **Oportunidades**

Son las posibilidades de desarrollo que tiene una organización las cuales se puede encontrar en el medio natural, geográfico, cultural, social, político y económico.

- **Amenazas**

Se considera las situaciones negativas que puedan atentar contra el desarrollo de la empresa pueden ser en medio político, económico, cultural o social.

1.2.4. Análisis de las 5 fuerzas de Porter o Modelo de Competitividad

Es una herramienta de análisis estratégico que sirve para analizar cualquier industria en términos de rentabilidad en un sector específico. Fue desarrollada por Michael Porter, economista y profesor de Harvard Business School. Según Porter, (1982) la esencia de la formulación de esta estrategia competitiva consiste en relacionar a la empresa con su medio ambiente.

- **Amenaza a la entrada de nuevos competidores**

Esta herramienta permite analizar la amenaza de nuevos competidores con la finalidad de establecer barreras de entrada que impidan el ingreso de la competencia tales como la búsqueda de economías de escala o la adquisición de tecnologías y conocimientos especializados o por otro lado permite diseñar estrategias que hagan frente a los posibles competidores.

- **Poder de negociación de los proveedores**

Es necesario identificar en el mercado si la mayor parte de la provisión de insumos o recursos para las empresas del sector las realizan pocas o muchas compañías ya que de esto se determinara el poder de negociación de la empresa con el proveedor.

- **Poder de negociación de los Clientes**

Es importante identificar el número de clientes que demanda la mayor parte de las ventas del sector ya que dependiendo del número de clientes afectara a la palanca de negociación con los clientes potenciales.

- **Rivalidad entre competidores existentes**

En el mercado es necesario identificar el nivel de posicionamiento de los competidores debido que para una empresa no es atractivo que existan numerosos competidores y los costos fijos sean altos pues constantemente se enfrentara a guerras de precios, promociones y entrada de nuevos productos y campañas publicitarias agresivas

- **Amenazas de posibles productos o servicios sustitutos**

Los productos o servicios sustitutos son aquellos que realizan las mismas funciones del servicio en estudio. Constituyen una fuerza que determina el atractivo de la industria por lo que pueden reemplazar los productos y servicios que se ofrecen o representar una alternativa para satisfacer la demanda

1.2.5. Teoría del análisis del entorno (PEST)

Es una herramienta estratégica útil para comprender los ciclos de un mercado, la posición de una empresa, o la dirección operativa con la finalidad de tomar decisiones estratégicas acertadas para lo cual analiza los siguientes aspectos:

- **Factores Políticos**

Se analizan los factores políticos-legales que afectan a la industria donde operara la compañía, como se relaciona con el gobierno, las actitudes de los consumidores hacia la industria. Así como el análisis legal acerca de las regulaciones que deben cumplir las empresas, los clientes, canales y consumidores.

- **Factores Económicos**

En este componente se analiza la distribución y uso de recursos económicos además de analizar los hábitos de consumo que reciben una fuerte influencia de la tasa de desempleo, el ingreso disponible y el tipo de cambio los cuales se podría introducir medidas de prevención para reducir ciertos riesgos.

- **Factores Sociales**

En cuanto a los factores sociales se realiza un estudio del entorno social-cultural como las costumbres, el estilo de vida, el nivel educativo, variables relevantes para el estudio del tema.

- **Factores Tecnológicos**

Son los cambios en la tecnología que afectan al sector tanto en su parte industrial como en su parte comercial y administrativa.

1.2.6. Tasa Interna de retorno (TIR)

Es una herramienta que sirve para tomar decisiones de inversión, es decir, que sirve para comparar la factibilidad de las distintas opciones de inversión. Se suele escoger la opción de inversión con la TIR más alta. Es conocida

como la tasa de interés de retorno con la que se observa el valor actual neto que es igual a cero. Es la rentabilidad que el proyecto nos está proporcionando.

1.2.7 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es un método de evaluación de proyectos de inversión, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. Es una instrumento principal para la evaluación y administración del proyecto. El VAN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente.

1.3. Marco Conceptual

1.3.1. Concepto de Edu-entretenimiento

El edu-entretenimiento se basa en la educación y aprendizaje a través del juego. De esta forma, los niños experimentan muchas cosas jugando por lo que es una forma de aprender entretenidamente.

En este tipo de aprendizaje los niños pasan de ser pasivos a protagonistas activos y obtener un aprendizaje a través de experiencias significativas, vividas a través de ellos mismos.

Es así como el edu-entretenimiento se base en aprender haciendo y descubriendo, lo que es diferente del aprendizaje tradicional, simplemente memorístico, sino algo más perdurable.

Asimismo, el edu-entretenimiento es el uso del entretenimiento como una práctica, que es útil, eficiente y aplicable a múltiples retos en el campo social. Opina Tufte, T. Phd

1.3.2. Concepto de Actividades lúdicas

La actividad lúdica, se la considera a la actividad placentera y formativa. Es decir, que es una actividad indispensable para el desarrollo personal.

La actividad lúdica favorece, en la infancia, la autoconfianza, la autonomía y la formación de la personalidad, convirtiéndose así en una de las actividades recreativas y educativas primordiales.

De igual forma, se refiere a la necesidad del ser humano, de comunicarse, de sentir, expresarse y producir en los seres humanos una serie de emociones orientadas hacia el entretenimiento, la diversión, el esparcimiento, que nos lleva a gozar, reír, gritar e inclusive llorar en una fuente generadora de emociones.

Asimismo, la lúdica fomenta el desarrollo psico-social, la conformación de la personalidad, evidencia valores y puede orientarse a la adquisición de saberes, encerrando una amplia gama de actividades donde interactúan el placer, el gozar, la creatividad y el conocimiento.

Se la puede ver una actitud personal frente a la vida, caracterizada por rasgos como la creatividad, el buen sentido del humor, el optimismo, es decir, rasgos que afloran en las interacciones personales cotidianas.

CAPÍTULO II

“ESTUDIO DEL MERCADO”

2.1. Análisis de la Industria y el Entorno

2.1.1. Definición de la industria

La idea del proyecto se desarrolla en dos industrias importantes como son la educación y el entretenimiento. La educación ambiental que es un factor esencial del proyecto forma parte de la industria de la educación. Según la U N E P, la UNESCO y la OCDE en París en 1992, *“la educación ambiental es un proceso permanente, en el cual los individuos toman conciencia de su medio ambiente y adquieren los conocimientos, los valores, las habilidades y experiencias, que les permita actuar de manera individual y colectiva para resolver los problemas ambientales actuales y futuros, como de satisfacer sus necesidades sin comprometer las necesidades de las generaciones del futuro.”*

De acuerdo con Boada, D. & Escalona, J. (2005): *“La EA³ es desarrollada en los ámbitos escolarizados y no-escolarizados. El primer caso incluye la educación desarrollada en la escuela, regida por un sistema de horarios y programas, con una matriz curricular diseñada para adquirir habilidades y destrezas que sirvan para la funcionalización social, posteriormente evaluada y en el que se otorgarán certificaciones.”*

Por otro lado, el centro infantil se desarrollara en *“el ámbito no escolarizado, el cual tiene como objetivo desarrollar conciencia en la población de cualquier edad, y es llevada a cabo en espacios abiertos y áreas naturales, siendo un proceso estructurado y sistemático aunque no estandarizado,*

³ EA: Educación Ambiental

desarrollado fundamentalmente con actividades prácticas y voluntarias; en ella no existe una metodología específica, sino más bien, metodologías con sentido dinámico que abordan la experimentación y la observación con la participación colectiva.” Agüero, (1994).

Como complemento de la educación ambiental el proyecto se desenvuelve en la industria del Entretenimiento que según Vogel, (1998) lo define como *“la acción de entretener, divertir, o causar que alguien lo pase agradablemente.”*

Asimismo, Sayre & King, (2011) propusieron una clasificación diferente donde agruparon a las industrias del entretenimiento a partir de los mecanismos de difusión de mensajes o productos y el tipo de “espacio” donde por lo regular se efectúa la oferta o consumo: industrias del entretenimiento personal o íntimo (dentro de casa) e industrias de carácter público-colectivo (fuera de casa).

Tabla No. 2
Propuesta Clasificación de la Industria del Entretenimiento

Principales Industrias para el Entretenimiento "Dentro de Casa"	Principales Industrias para el Entretenimiento "Fuera de Casa"
Industrias de Prensa Escrita	Industrias de los Espectáculos en Vivo (Incluye: Teatro, Opera, Musicales, Orquestas, Ballet, Danza, Cantantes y Grupos musicales,
Industria Editorial (Libros y Revistas)	Cómicos, Magos, Circos, Rodeos, Shows de perro
Industrias de Radio y la Música	Industrias de los Juegos de Azar (Incluye: Casinos y Apuestas)
Industria de la Television	Industrias Deportiva
Industria del Cine	Industria del Turismo y los Viajes
Industria de los Video Juegos	Industria de los Medios Ambientales Temáticos (incluyen: Centros Comerciales, Logo-tainment-espacios como HARD ROCK CAFÉ- Parques Temáticos, Hoteles Temáticos, Restaurantes Temáticos, Ciudades Temáticas)
Internet	

Fuente: Revista Luciérnaga
Elaborado por: Sayre & King

De ahí lo que se busca es ofrecer un modelo nuevo de negocio llamado el edu-entretenimiento dirigido a los niños de 1 a 12 años de edad, el cual reúne las características de las dos industrias tanto de la educación como la del entretenimiento fuera de casa con el objetivo que aprendan y se diviertan a través del juego, es decir, que logren su aprendizaje a través de experiencias vividas por ellos mismos.

2.1.2. Demanda en Guayaquil

En la ciudad de Guayaquil, aún no se ha desarrollado un modelo de negocio basado en el edu-entretenimiento para niños con carácter ambiental por lo que en el mercado encontramos solo la demanda de lugares interactivos y turísticos al aire libre donde las escuelas y los padres de familias llevan a los niños a disfrutar de la naturaleza y el entretenimiento en lugares cerrados y abiertos para niños cuyo objetivo es ofrecer un momento agradable.

2.1.3. Oferta de lugares educativos y turísticos para niños en Guayaquil

Entre los lugares con mayor demanda turística para los niños en la ciudad de Guayaquil están los siguientes:

- **El Malecón 2000:** Obra arquitectónica más visitada en Guayaquil, tiene varias zonas de recreación como monumentos, fuentes, jardines, muelles, cine para disfrutar en familia. Asimismo, se encuentra el área de juegos, el cual cuenta con una torre mirador, tobogán, resbaladeras, puentes colgantes, carruseles y demás juegos que incentivan a los niños a divertirse sanamente en un lugar tranquilo y seguro.
- **El Parque Seminario o Parque de las Iguanas:** es un sitio para el público en general ubicado en el centro de la ciudad, donde habitan gran cantidad de iguanas.
- **El Barrio de las Peñas:** Sitio más antiguo de la ciudad, se puede encontrar exposiciones de pintura al aire libre y conocer parte de la cultura de Guayaquil.

- **El Parque Histórico Guayaquil:** Lugar ubicado vía a Samborondón, es el refugio de la historia de Guayaquil. En este sitio uno puede conocer los animales en cautiverio.
- **El Pantanal:** Es el único zoológico en la ciudad de Guayaquil, donde se puede encontrar especies en peligro de extinción.
- **El Jardín Botánico de Guayaquil:** Es un jardín ubicado en la parte norte de la ciudad de Guayaquil, el cual ofrece turismo y realiza un recorrido mostrando gran variedad de plantas de la región costa.
- **El Bosque protector Cerro Blanco:** Reserva de bosques con senderos naturales donde se puede apreciar la flora y la fauna. Sitio ubicado vía a la costa, en el cual se puede realizar campamentos. Es un lugar dirigido al público en general.
- **El Centro Cívico:** También conocido como Teatro del sur por su ubicación al sur de la ciudad de Guayaquil, en el cual se puede apreciar funciones acerca de la cultura clásica.

2.1.4. Oferta de lugares de entretenimiento para niños en Guayaquil

Entre los lugares de entretenimiento con mayor demanda para los niños en la ciudad de Guayaquil están los siguientes:

- **Lugares Abiertos**
- **River Park:** Parque de diversión que ofrece atracciones de forma sana y segura al aire libre. Ofrece 18 atracciones diferentes como son las formula Karts, mini golf, bumper buggy entre otros.
- **Play Land Park:** Parque de diversión tradicional en Guayaquil, ofrece múltiples juegos para grandes y chicos como los carros chocones, barco piratas entre otros.

- **Club Campestre Vevenita:** Es lugar natural y abierto que ofrece diversión a los niños al aire libre, cuenta con juegos inflables diferentes cada semana.
 - **Play & Jump:** es un parque infantil considerado como el más atractivo y completo de su género ubicado en vía a Samborondón de la ciudad de Guayaquil, cuenta con los mejores Juegos Inflables. Tiene como objetivo principal en brindar a los niños con edades entre 3 y 12 años un mundo lleno de fantasías y máxima diversión.
- **Lugares cerrados**
- **Play Zone:** Centro de diversión ubicado en diferentes centros comerciales como San Marino, C.C Riocentro Sur, Ceibos en el cual cuenta con una variedad de juegos para niños y un salón para fiestas infantiles.
 - **Europa park:** Centro de diversión ubicado en el C.C Mall del Sol ofrece una serie de juegos novedosos como el Euro bungy, el I-dance, juegos de video inalámbrico entre otros.
 - **Aventura Park:** Centro de Diversión infantil ubicado en el C.C La Rotonda, ofrece juegos novedosos y modernos de manera segura para los más pequeños.

Tabla 3: Análisis de la Competencia

GRANJAS	CARACTERÍSTICAS	COSTO	HORARIO	UBICACIÓN
River Park (La Granjita)	Interactuar con los animalitos de granja. Experiencia inolvidable para chicos y grandes.	VIERNES LOCO: Montar a caballo ilimitadamente y todos los juegos las veces que quieras por solo \$8.50 Precio regular de martes a domingo excluyendo el viernes por banda juegos ilimitados mas paseo a caballos \$13.40 Precio de cada ticket \$0.60. Hay juegos que para ingresar le piden de 2 a 5 tickets. Esto es para los clientes que no desean comprar el	martes a jueves: 13h00 -19h00 viernes: 12h00-19h00 sábados: 10h30-20h00 domingos: 10h00-20h00 lunes: cerrado al público	Av. La Puntilla. Km 4 1/2 via Samborondón Tel: 02832524 - 042832879
Zoológico EL PANTANAL	Es el Zoológico de la ciudad de Guayaquil, brinda desde hace 8 años a estudiantes y público en general un lugar fuera de la ciudad donde podrán conocer y aprender más sobre los animales.	Adultos: \$ 4 Niños (2 a 12 años) y Estudiantes (Credencial): \$ 2 Tercera Edad: \$ 2	Lunes- Sábado: 9:00-5:00	Km. 23 Vía a Daule Mail:zooelpantanal@hotmail.com Teléfono: (593) 4 2267047 / Reservaciones: 094104973
Parque Histórico	Personas pueden adentrarse en medio de un bosque de manglar y caminar por un sendero de madera que lo atraviesa. Busca recrear la forma de vida de años ya pasados con tres zonas: Zona de vida silvestre Zona urbano arquitectónica Zona de exposición de tradiciones	Gratuito, porque pertenece al Estado.	Lunes a Viernes 09:00 a 18:00	Cdla. Entre Rios Av Rio Guayas Y Malecon Teléfono: (4) 2833715
Jardín Botánico	Se puede observar más de 73 especies de aves y más de 60 especies de mariposas. Además de otros animales como armadillos, iguanas, conejos y gansos. Además existen 3 explosiones permanentes de plantas. Posee 3 secciones:	Adultos: \$ 3.00 Estudiantes: \$ 1.50	Todos los días. 8:30 – 16:00	Cerro Colorado. Urbanización "Las Orquídeas" - Av. Francisco de Orellana, Teléfonos: 2899689 - 2899933

Fuente: Pagina web Parque Historico
Pagina web River Park
Facebook El Pantanal
Facebook Jardin Botanico Guayaquil
Elaborado por: Autoras

2.2. Análisis P.E.S.T.

2.2.1. Factor Político-Legal

El proyecto se basa en dos factores fundamentales como es el aprendizaje a través del juego y la educación ambiental el cual es considerado como según los siguientes artículos como educación no escolarizada.

- **Ley Orgánica de Educación Intercultural**

La ley orgánica de Educación Intercultural define la educación no escolarizada en el siguiente artículo:

Art 38: La educación no escolarizada es reconocida por ofrecer la oportunidad de formación y desarrollo de los ciudadanos a lo largo de la vida y no está relacionada con los currículos determinados por los niveles educativos.

- **La Constitución de la República del Ecuador**

La Constitución de la Republica del Ecuador en su Art. 71, se refiere al cuidado de la naturaleza y el incentivo a las personas tanto naturales como jurídicas.

“Art. 71.- El Estado incentivara a las personas naturales y jurídicas y a los colectivos para que protejan la naturaleza y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema

- Además dentro de las responsabilidades que ligan a todos los ecuatorianos y ecuatorianas dispuestas en el Art. 83, resalta:

✓ *“6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible”.*

• **El Art. 395** establece los siguientes principios ambientales:

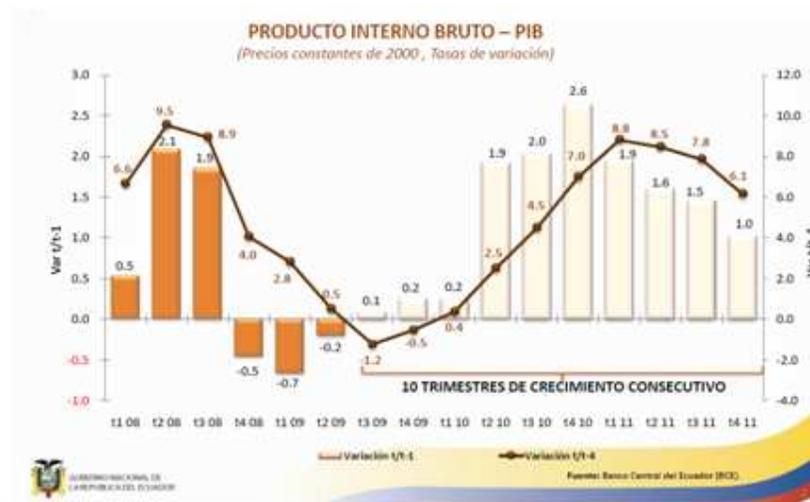
1. *El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.*
2. *Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.*
3. *El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.*

2.2.2. Factor Económico

- **Producto Interno Bruto (PIB)**

El Banco Central del Ecuador en su último informe demuestra un crecimiento del Producto Interno Bruto del 1% en el cuarto trimestre de 2011 en comparación al trimestre anterior y un 6.1% en relación al cuarto trimestre de 2010, lo que significa un incremento en el nivel de productividad del país y una expansión en la economía lo que brinda un buen panorama para la idea del negocio

Producto Interno Bruto



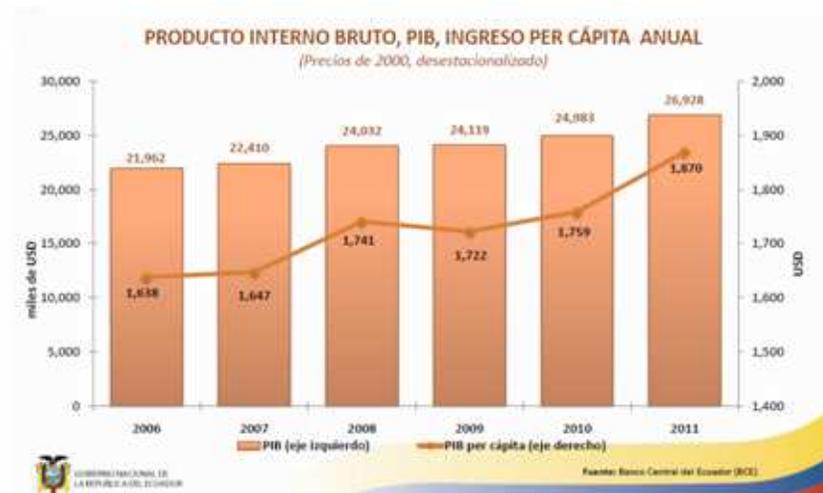
Fuente: Banco Central del Ecuador (2012)

Elaborado por: Banco Central del Ecuador (BCE)

- **Producto Interno Bruto per cápita**

De igual forma el Banco Central del Ecuador muestra un crecimiento constante el Producto interno bruto per cápita en los últimos seis años siendo el crecimiento anual del 7.8%, esto demuestra un dinamismo en la economía del país y una mejora del ingreso per cápita anual de los ecuatorianos

Producto Interno Bruto, Ingreso Per Cápita Anual



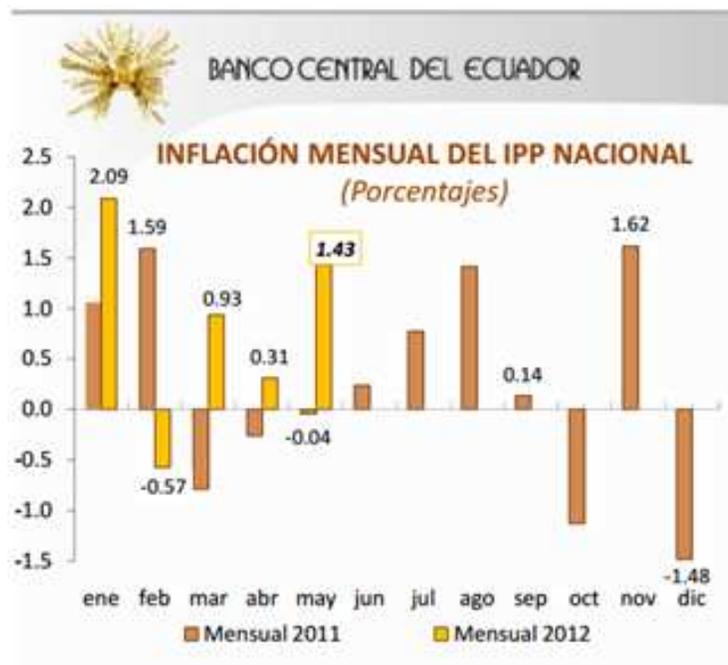
Fuente: Banco Central del Ecuador (2012)

Elaborado por: Banco Central del Ecuador (BCE)

- **Índice de Inflación**

El índice de la inflación en una economía mide el nivel de precios de los bienes y servicios en un periodo determinado y su relación con el poder adquisitivo de las personas. De acuerdo al gráfico, el Banco Central demuestra que el nivel de inflación mas alta fue en el mes de enero con 2.09%, por segundo mes consecutivo, la inflación mensual del IPP incrementa el ritmo de crecimiento de precios y se ubica en 1.43% en el mes de mayo de 2012 teniendo como tendencia una alza en los precios dentro del años.

Inflación Mensual del IPP Nacional



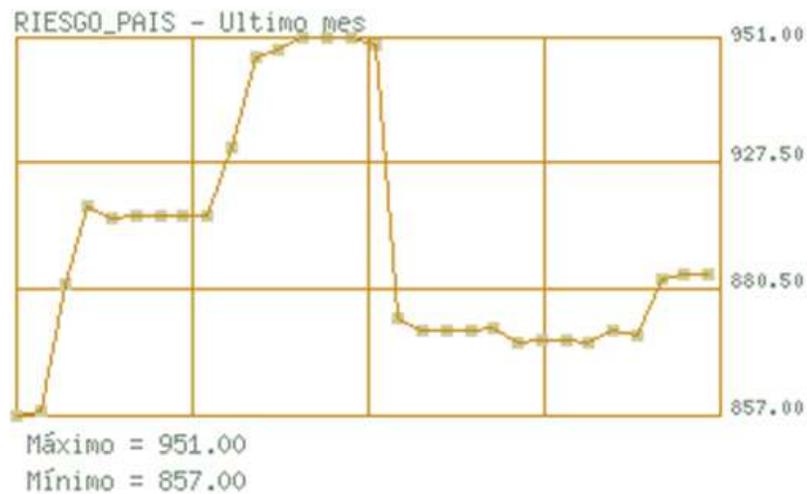
Fuente: Banco Central del Ecuador (2012)

Elaborado por: Banco Central del Ecuador (BCE)

- **Riesgo País**

Mediante este índice es posible medir cuan riesgosa es la inversión en un determinado País. El EMBI la define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice o como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos. De acuerdo al grafico del Banco Central se muestra una caída del índice en junio 04 de 949 a 881, a partir de este momento el índice ha disminuido manteniendo en el mes de junio un valor de 892 lo que representaría para los inversionista poder invertir en el país

Riesgo País – Último Mes



Fuente: Banco Central del Ecuador (2012)

Elaborado por: Banco Central del Ecuador (BCE)

2.2.3. Factor Socio-Cultural

✓ **Demografía**

- ✓ En la República del Ecuador, se estima una población de 14.483.499 habitantes a marzo de 2010, de acuerdo al análisis del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).
- ✓ Existen 3'929.239 niños nacidos en el Ecuador, lo que representa un 27% de la población. Además se clasifican en 51% niños y 49% niñas, según las estadísticas del INEC en un censo hasta el 2010.
- ✓ En la provincia del Guayas hay 951.271 niños, en la provincia de Galápagos existe un menor número de niños con el 27,1% de su población. Morona Santiago, es la provincia con mayor número de niños con un 37,4% de su población.

• **Nivel de Formación**

- ✓ En temas de educación el 73,1% de los niños asisten a establecimientos públicos, mientras el 22,2% estudian en establecimientos privados.
- ✓ La educación es reglamentada por el Ministerio de Educación.
- ✓ La enseñanza es en dos modalidades: Costa y Sierra. En la costa que abarca la región Litoral y Galápagos empiezan el año escolar en abril y terminan en enero. En la sierra que abarca la región Interandina y Amazonía empiezan el año escolar en septiembre y terminan en junio.
- ✓ 188.316 niños hablan lenguas autóctonas en el Ecuador.

• **Edades**

- ✓ La educación preescolar empieza desde los 4 años de edad, según estudios del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).
- ✓ La edad de los niños que más prevalece es la de 10 años.
- ✓ Existen 172.193 niños y 165.576 niñas en el Ecuador con 10 años.

- **Vivienda**

- ✓ En Ecuador, el 60,2% de los hogares que tienen niños poseen casa propia, mientras el 22,4% tiene vivienda arrendada.
- ✓ En el Ecuador existen 2.703.804 casas.
- ✓ En la provincia del Guayas es donde existe mayor cantidad de casas, 704.561.
- ✓ En el Ecuador hay 444.636 departamentos y en la provincia del Guayas hay 86.525 departamentos.
- ✓ En Ecuador 837.843 hogares que tienen niños y niñas tienen todos los servicios básicos.

2.2.4. Factor Tecnológico

- ✓ El Ecuador destina cada año recursos correspondientes al 0,1% del Producto Interno Bruto para ciencia y tecnología, es decir 13,8 millones de dólares.
- ✓ En Ecuador, el 44% de los niños utiliza el computador.
- ✓ El 28% de los niños ecuatorianos usa Internet.
- ✓ El celular es utilizado por el 4% de los niños en el Ecuador.
- ✓ En Guayaquil hay 604.741 hogares que tienen computador.
- ✓ En Ecuador, 8.846.602 de la población tienen teléfono celular activado de 5 años y más. Es decir un 54% de la población tiene y 46% no tiene.
- ✓ En los últimos 12 meses, 8.846.602 de la población en el área urbana usa internet. Es decir que el 39,8% de la población usa y el 60,2% no usa. Asimismo, en Guayaquil hay un 41% de la población que usa Internet de 59% de la población que no usa.
- ✓ Se contará con Wifi (Internet Inalámbrico) en las áreas del lugar.
- ✓ Equipamiento tecnológico del hogar es 3.874.283 total nacional de hogares según equipamiento. Esto quiere decir que el 86,4% tiene

televisión a color, el 24,7% tiene PC de escritorio, el 44,4% tiene equipo de sonido, el 50,3% tiene DVD – VHS, y el 9,8% tiene PC portátil según las estadísticas del INEC a dic 2011.

2.3. Análisis de la Industria

2.3.1. Amenaza de nuevos competidores entrantes

Las barreras de entrada para este tipo de negocios son bajas debido a que los posibles competidores deberían considerar algunos factores que podrían afectar el inicio de su negocio en un corto plazo, uno de estos es la elevada inversión inicial que el emprendedor requiere para iniciar con esta actividad. Es necesario disponer de un elevado capital tanto para la constitución de la empresa como para las instalaciones.

Por otro lado, al ser los pioneros en el mercado, la empresa lograría un buen posicionamiento en la mente de los clientes potenciales mediante estrategias efectivas de proyección de imagen y de marca con el objetivo de llegar a obtener una clientela fiel.

2.3.2. Intensidad de la rivalidad de los competidores

Considerando los diversos centros de entretenimiento y parques turísticos que brinda diversión en la ciudad de Guayaquil se podría considerar que la competencia es mínima por lo que no hay en el mercado una empresa que sea dirigida exclusivamente para niños donde ofrezcan aprendizaje interactivo con los animales y la naturaleza junto con el entretenimiento que le da mayor valor agregado. Sin embargo es posible encontrar a nivel

nacional un nivel de competencia bajo ya que si existen empresas que brinda esta clase de servicios pero exclusivamente en la región sierra.

De esta forma se considera que el proyecto resultaría viable en esta ciudad por lo que hay un mercado infantil que no esta atendido al cual se le pretende ofrecer el servicio, igualmente en la actualidad no existe competencia directa lo que se ofrecería una idea innovadora con buena rentabilidad.

2.3.3. Amenazas de servicios sustitutos

Es necesario identificar las empresas que ofrecen un servicios similar a los clientes con el objetivo de identificar la esencia del negocio y realizar una correcta clasificación según al mercado que va dirigido. Actualmente en la ciudad de Guayaquil se encuentran ofertas tanto turísticas como de entretenimiento que van desde grupos familiares hasta los mas pequeños como son los zoológicos, haciendas y parques de diversiones pero la diferencia radica en que estas empresas van dirigidos a un publico en general que ofrece exclusivamente diversión o aprendizaje uno a la vez y no esta dirigidos especialmente para niños por lo que podría considerarse que los servicios sustitutos es media.

2.3.4. Poder de negociación de compradores

La cantidad de compradores es media-alta porque están los niños de escuelas y particulares que sienten atracción por divertirse en la naturaleza. Es así que la que la capacidad de negociación es menor. Por lo que podría haber alta demanda del servicio, lo que provocaría que los precios sean altos. En la diferenciación es alto el poder de negociación, ya que es algo

novedoso en Guayaquil. La rentabilidad de los compradores es baja porque el poder de negociación sobre el negocio es mayor.

2.3.5. Poder de negociación de proveedores

La capacidad de negociación que se tendrá con nuestros proveedores será media – alta, porque en el mercado hay algunas opciones de oferentes pero no las suficientes por esa razón los precios de nuestros proveedores nos saldrán un poco elevados. En la parte del volumen necesario que se va a comprar el poder de negociación es bajo por lo que las cantidades a proveer son altas. En la cantidad de materia prima sustituta que existe es bajo para el negocio, porque el proveedor va a tener alto poder de negociación sobre la empresa.

2.4. Análisis F.O.D.A.

2.4.1. Fortalezas

- ✓ Ser innovador en esta área, porque en la ciudad de Guayaquil no existe ningún lugar que aplica el edu-entretenimiento (con una oferta de estas características).
- ✓ La ubicación de la granja interactiva es un lugar de fácil acceso. (accesible)
- ✓ El ecosistema natural del sitio es atractivo y adecuado para todos los visitantes que aprecian estar rodeados de la naturaleza.
- ✓ Existe capacidad para fidelizar a los clientes debido a la calidad de servicios que se va a brindar.

2.4.2. Oportunidades

- ✓ Nueva alternativa de edu-entretenimiento interactivo no formal para las escuelas y público en particular.
- ✓ Gran aporte a la educación ambiental para los niños como complemento de las escuelas primarias.
- ✓ La ubicación estratégica de la empresa en un sector con altos recursos ambientales cerca de un gran número de instituciones educativas.
- ✓ Posicionar y registrar la marca de la empresa con expectativa de crecimiento en lo que respecta al servicio ofrecido.
- ✓ Posibilidad de ganar la fidelidad a largo plazo de los clientes a través de la calidad de servicios ofertados.

2.4.3. Debilidades

- ✓ La inversión en este proyecto es elevada debido al cuidado durante el año de los animales.
- ✓ La estacionalidad de la demanda afecta debido al cambio de clima que existe en la ciudad.
- ✓ Bajo nivel de asociados en esta actividad, no deja que se progrese.
- ✓ Enfrentación de la competencia que actualmente existe en Guayaquil. (y sin contacto alguno con el medio ambiente, por lo que parte de los clientes preferirían optar por lo que ya conocen)

2.4.4. Amenazas

- ✓ Moderado nivel de servicios sustitutos en la ciudad.
- ✓ El cambio climático inesperado en días laborales debido al calentamiento global.

- ✓ Estacionalidad de la demanda en ciertas épocas del año.
- ✓ Dificultad de la población en distinguir las diferentes alternativas de ocio infantil en la ciudad.

TABLA No.4
Matriz FODA Consolidado

INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación • Ubicación estratégica • Pronta fidelización de los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Elevado monto de inversión • Estacionalidad de la demanda
EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> • Novedoso lugar de eduentetenimiento para niños • Aporta a la educación ambiental desde temprana edad 	<ul style="list-style-type: none"> • Moderado nivel de servicios sustitutos • El inesperado cambio climático • Posible dificultad de los clientes potenciales en diferencial el servicio

Elaborado por las autoras

2.5. Investigación de mercado

2.5.1. Segmentación del Mercado

Segmentación Geográfica:

Región: Costa, cantón guayas

Segmentación Demográfica:

Género: niñas y niños

Edad: 1 a 12 años

Segmentación Psicográfica:

Clase Social: Media, Media Alta

Celebraciones de eventos como cumpleaños de los niños.

Segmentación Conductual:

Niños y niñas que disfrutan de la diversión al aire libre.

Cuando desean salir en compañía de sus padres a entretenerse.

De acuerdo a la segmentación del mercado y en relación al estudio del mercado, el proyecto pretende atender un mercado insatisfecho es de 93.624 niños en la ciudad de Guayaquil, lo cual se espera que visiten la granja 8.310 niños al mes. Incluyendo escuelas particulares y niños particulares principalmente del sector norte de la ciudad.

2.5.2. Definición del Mercado Objetivo

En las unidades de muestreo, se puede determinar que el personal vive en la ciudad de Guayaquil, especialmente los padres de familia con hijos de 1 a 12 años de edad y les gusta sacarlos a entretenerse al aire libre a sus hijos.

Con el alcance, se determinó que las encuestas fueron realizadas en la ciudad de Guayaquil a personas adultas a partir de un rango de 20 años hasta 50 años de edad. Y con esto se ofrece un servicio destinado para personas de clase media y de clase media alta. El cual se determinó de un 50% de las personas, 17% fueron hombres y 33% fueron mujeres.

El tiempo de estudio que se estableció es de 4 días que fueron realizadas las encuestas. Junto con esto la selección del tamaño de la muestra es de todas las personas de clase media y media alta de la ciudad de Guayaquil, por lo cual se ha tomado una muestra de 362 personas, la cual describiría a nuestra población.

2.5.3. Cálculo de la Muestra

La selección del tamaño de la muestra se realiza por procedimientos estadísticos, los cuales permiten conocer el número de la población. El tamaño de la muestra depende de ciertas variables como:

- **Tamaño de la población:** Finita o Infinita
- **Nivel de Confianza:** Z
- **Varianza:** P y Q
- **Error:** d

Para la presente investigación de mercados se ha tomado en consideración la siguiente fórmula estadística con proporciones. La razón por la cual se la

utilizó es porque la población no ha conocido la población de ocurrencia. A continuación se detalla el significado de cada uno:

- **N/C (Nivel de confianza):** Es considerado como la probabilidad de que el intervalo de confianza a calcular contenga el verdadero valor del parámetro según el tamaño de la población que se conoce de antemano, es de 317.447,06 de niños matriculados en escuelas particulares del sector norte de la ciudad por lo que se ha decidió aplicar un 96% de confianza.
- **p (Proporción):** Corresponde a un dato estadístico que el número de veces que se presenta ese dato respecto al total de datos. Se conoce también como la frecuencia relativa y es uno de los parámetros más sencillos de calcular. Para este caso se utilizará un valor de 0.36
- **e (Error):** Es el valor máximo de error permisible que se desea obtener en los resultados, en este caso se ha decidido sea el 5%
- **z:** Es un estadístico de probabilidad que se utiliza en muestras mayores a 30, el cual se obtiene mediante la tabla de distribución normal en "z". Para poder hallarlo se divide el nivel de confianza del 95% para 2, obteniendo como resultado 0.48, con este valor se busca en el interior de la tabla y se obtiene el valor de $z = 1,96$

Con el análisis preliminar de estos elementos se procederá a encontrar el tamaño de la muestra, obteniendo lo siguiente:

Tablas 5: Tamaño de la Muestra

DATOS:		Cáculo del Tamaño de la Muestra	
P	0,36	n=	$\frac{p (1 - p) z ^ 2}{e ^ 2}$
N/C	0,95		
Z	1,96		
e	0,05	n=	$\frac{0,36 (1-0,36) 1,96^2}{0,05^2}$
n	?		
		n=	$\frac{0,884736}{0,0025}$
		n=	354

Elaboración: Autoras

2.5.4. Análisis de la Encuesta

Edad

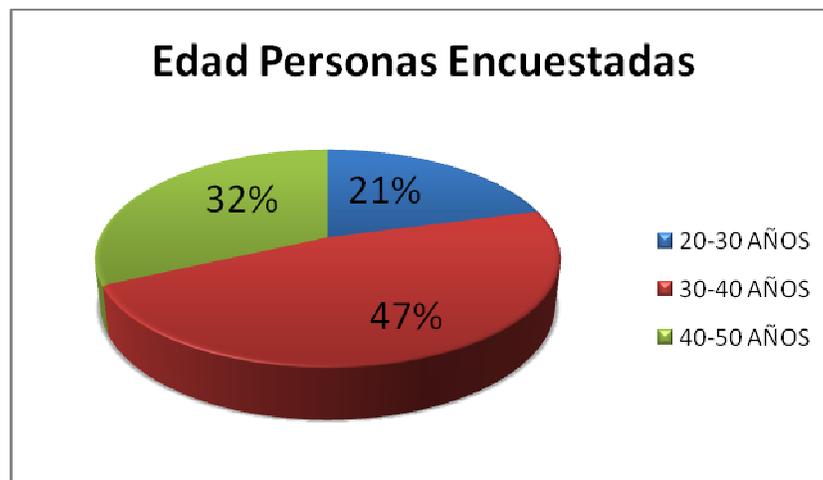
Tabla 6. Edad Personas Encuestadas

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20-30 AÑOS	75	21%
30-40 AÑOS	171	47%
40-50 AÑOS	116	32%
TOTAL	362	100%

Fuente: Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Grafico 1: Edad personas encuestadas



Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Se puede observar que un 47% de los encuestados tienen entre 30 y 40 años de edad, un 32% tiene entre 40 y 50 años y un 21% tiene entre 20 y 30 años.

Género

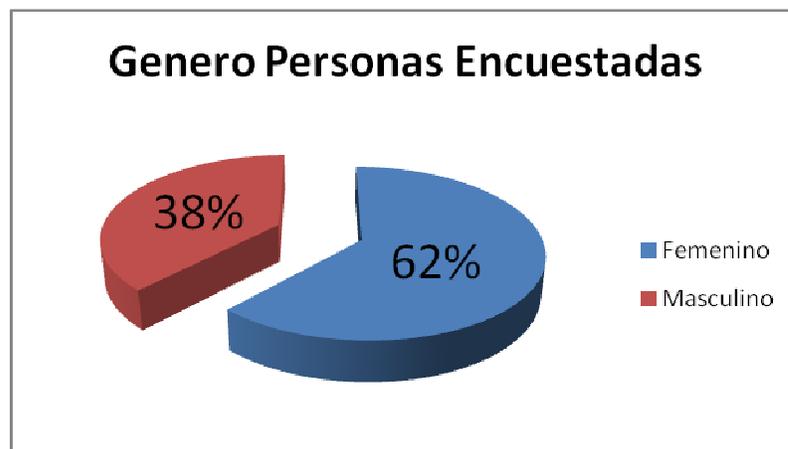
Tabla 7. Género Personas Encuestadas

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	226	62%
Masculino	136	38%
TOTAL	362	100%

Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Grafico 2: Género personas encuestadas



Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Se encuestó un 62% del sexo femenino y un 38% del sexo masculino.

Sector

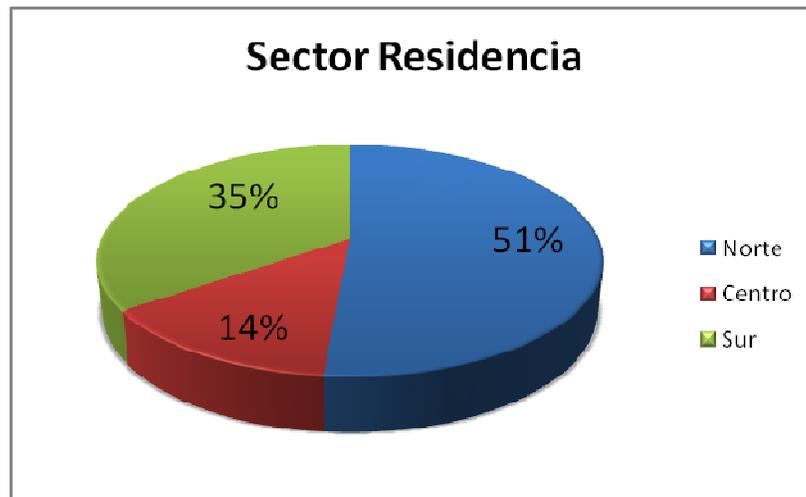
Tabla 8: Sector residencia

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Norte	186	51%
Centro	50	14%
Sur	126	35%
TOTAL	362	100%

Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Grafico 3: Sector Residencia



Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

De las personas encuestadas, el 51% vive en el Norte de la ciudad de Guayaquil, el 35% vive en el Sur de Guayaquil y el 14% en el Centro de Guayaquil.

1. ¿Es usted una persona con hijos entre 1 y 12 años de edad?

Tabla 9: Personas con hijos entre 1 y 12 años

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	344	95%
No	18	5%
TOTAL	362	100%

Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Grafico 4: Personas con hijos entre 1 y 12 años



Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

En esta parte, podemos decir que el 95% de las personas encuestadas tienen hijos entre 1 y 12 años de edad y un 5% no tiene hijos de esas edades.

2. ¿Qué edad tienen sus hijos?

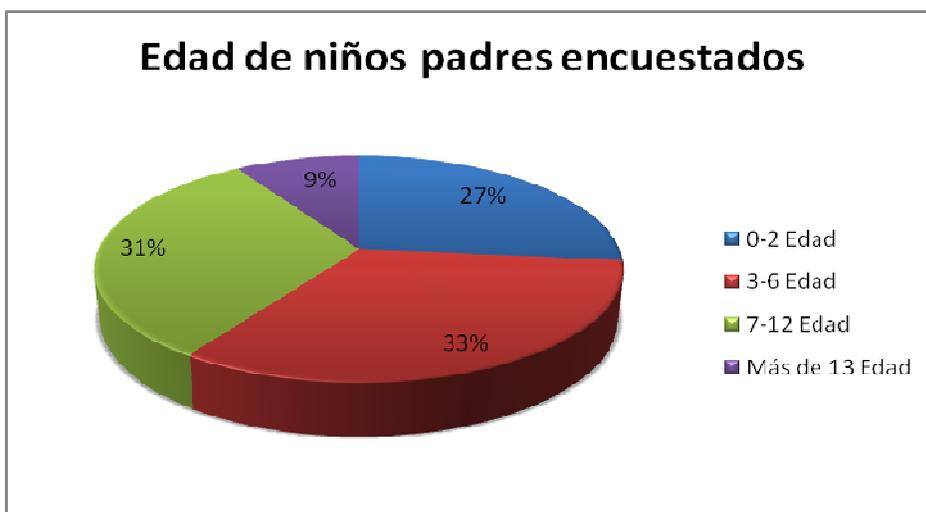
Tabla 10: Edad de niños padres encuestados

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0-2 Edad	91	26%
3-6 Edad	113	33%
7-12 Edad	108	31%
Más de 13 Edad	31	9%
TOTAL	344	100%

Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Grafico 5: Edad de niños padres encuestados



Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

La edad de los niños de las personas encuestadas varía, el que alcanza un porcentaje mayor es los niños de 3-6 años con un porcentaje del 33% y los niños de 7-12 años con un porcentaje igual de 31%, el que se aproxima con un 27% es la edad de los niños entre 0-12 años. Mientras que con un 9% están los niños más de 13 años.

3. ¿A qué sitio de entretenimiento lo lleva a su hijo?

Tabla 11: Lugares entretenimiento más visitados

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centro comerciales	90	26%
Lugares turísticos	63	18%
Lugares al aire libre	78	23%
Parque de diversiones	82	24%
Otros	31	9%
TOTAL	344	100%

Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Grafico 6: Lugares entretenimiento más visitados



Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

La mayoría de los padres de familia lleva a sus hijos a centros comerciales 26%, un 24% lleva a sus hijos a parques de diversiones, un 23% los lleva a lugares al aire libre, un 18% a lugares turísticos y un 9% los lleva a otros lugares.

4. ¿Cuántas veces al año realiza actividades como esta?

Tabla 12: Frecuencia visita en el año

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez a la semana	110	32%
2 veces a la semana	71	20%
1 vez al mes	73	21%
1 vez al año	33	10%
2 o más veces al año	57	17%
TOTAL	344	100%

Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Grafico 7: Frecuencia visita en el año



Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

El 32% de los padres llevan de paseo a sus hijos 1 vez a la semana, el 20% lleva a sus hijos 2 veces a la semana, el 21% los lleva 1 vez al mes, el 10% los lleva 2 o más veces al año y el 17% los lleva 1 vez al año.

5. ¿Llevaría a su hijo a una granja donde podrá convivir con animales domésticos?

Tabla 13: Aceptación del servicio por los padres de familia

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Definitivamente lo llevaría	134	39%
Probablemente lo llevaría	100	29%
Quizás	62	18%
Probablemente no lo llevaría	34	10%
Definitivamente no lo llevaría	14	4%
TOTAL	344	100%

Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Grafico 8: Aceptación del servicio por los padres de familia



Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

El 39% de los encuestados llevarían definitivamente a sus hijos a este tipo de lugares donde puedan estar en contacto con los animales, mientras que el 29% probablemente lo llevaría seguido del 18% quienes piensan que quizás vayan y el 10% probablemente no lo llevaría y solo el 4% definitivamente no lo llevaría.

6. Cuando se trata de llevar a su hijo a un lugar de entretenimiento, ¿qué factores considera importante? Enumere del 1 al 5, siendo 5 el de mayor importancia.

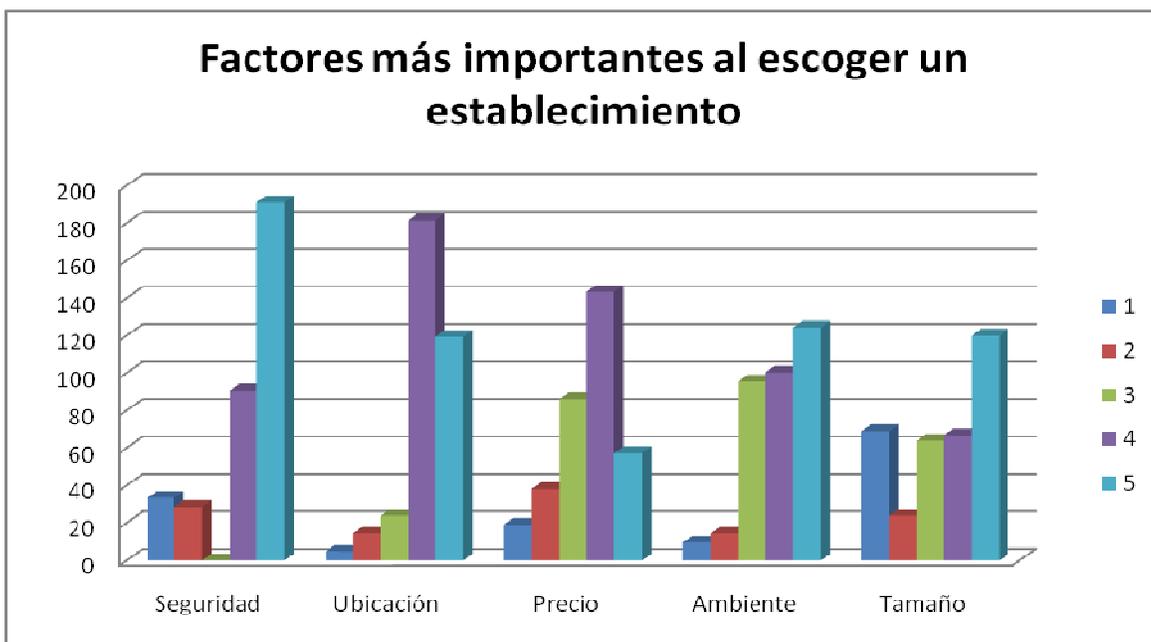
Tabla 14: Factores más importantes al escoger un establecimiento

RESPUESTA	FRECUENCIA										Total	PORCENTAJE
	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%		
Seguridad	33	10%	29	8%	0	0%	91	26%	191	56%	344	100%
Ubicación	5	1%	14	4%	24	7%	182	53%	119	35%	344	100%
Precio	19	6%	38	11%	86	25%	143	42%	57	17%	344	100%
Ambiente	10	3%	14	4%	96	28%	100	29%	124	36%	344	100%
Tamaño	69	20%	24	7%	64	19%	67	19%	120	35%	344	100%

Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Gráfico 9: Factores más importantes al escoger un establecimiento



Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Se puede observar que un 56% de las personas prefiere la seguridad que ofrece el lugar, seguido por un 53% que dependería de la ubicación de la

granja, luego un 42% que prefieren el tamaño y un 29% que dependerían del ambiente y el tamaño del lugar

7. ¿Quién considera usted que debería pagar la entrada?

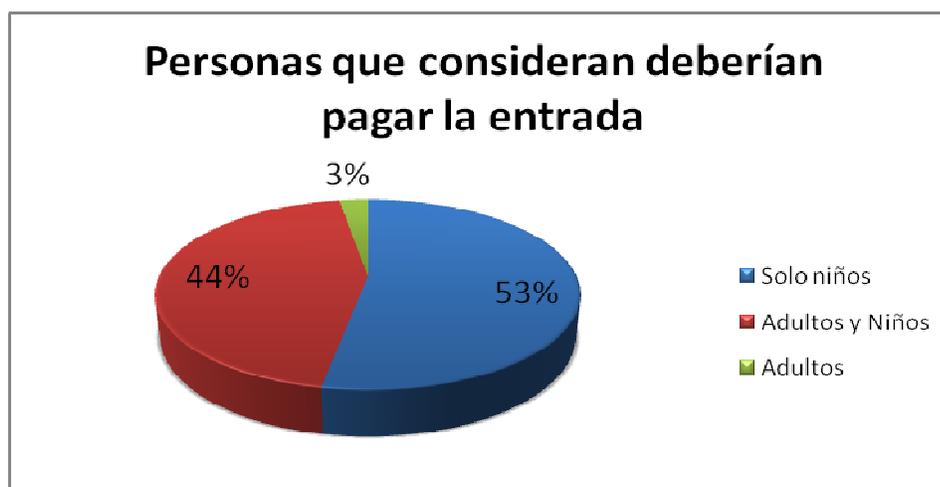
15: Personas que consideran deberían pagar la entrada

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Solo niños	182	53%
Adultos y Niños	153	44%
Adultos	9	3%
TOTAL	344	100%

Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Grafico 10: Personas que consideran deberían pagar la entrada



Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Según 344 encuestados, un 53% considera que solo niños deberían pagar la entrada, un 44% piensa que adultos y niños deberían pagar la entrada y un 3% cree que solo adultos deberían pagar la entrada.

8. ¿Cuál es el valor que estaría dispuesto a pagar por los niños?

Tabla 16: Precio por la entrada de los niños

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$8,00-\$10,00	115	33%
\$11,00-\$13,00	72	21%
\$14,00-\$16,00	24	7%
Otro Valor	133	39%
TOTAL	344	100%

Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Gráfico 11: Precio por la entrada de los niños



Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Un 39% de los encuestados sugiere pagar otro valor que no se ha establecido, un 33% considera pagar de \$8,00 - \$10,00 como entrada, un 21% sugiere pagar entre \$11,00 - \$13,00 y un 7% considera pagar entre \$14,00 - \$16,00

9. ¿Cuál es el valor que estaría dispuesto a pagar por adultos a la granja interactiva?

Tabla 17: Precio por la entrada de los adultos

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$4,00-\$6,00	215	63%
\$7,00-\$9,00	38	11%
\$10,00-\$12,00	29	8%
Otro Valor	62	18%
TOTAL	344	100%

Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Grafico 12: Precio por la entrada de los adultos



Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

El 63% de las personas encuestadas sugirieron pagar por adulto un valor de \$4,00 - \$6,00, un 18% sugirió pagar otro valor, un 11% sugirió pagar entre \$7,00 - \$9,00 y un 8% sugirió pagar entre \$10,00 - \$12,00.

10. ¿Qué animales le gustaría encontrar en la granja interactiva?

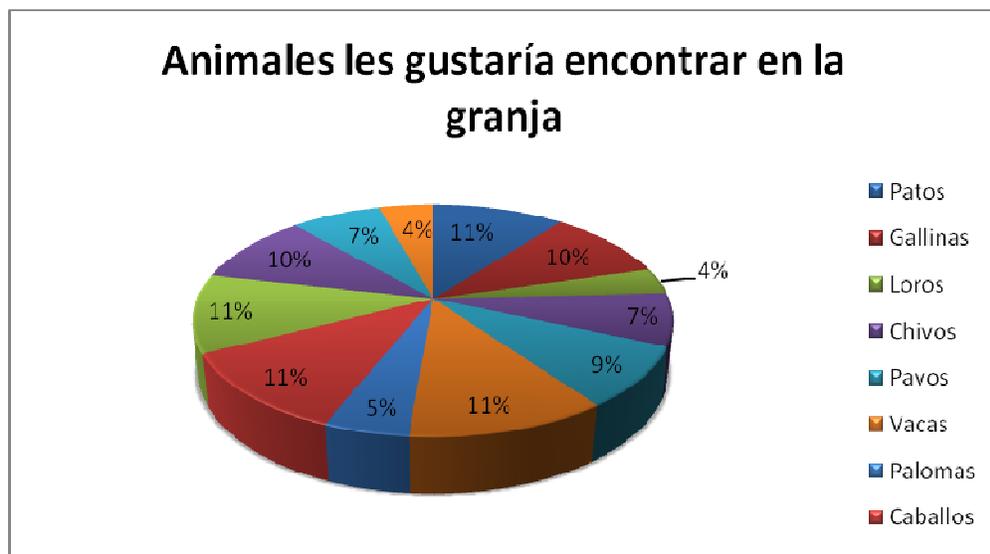
Tabla 18: Animales les gustaría encontrar en la granja

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Patos	44,0	11%
Gallinas	41,0	10%
Loros	15,0	4%
Chivos	30,0	7%
Pavos	35,0	8%
Vacas	47,0	11%
Palomas	20,0	5%
Caballos	47,0	11%
Cerdos	45,0	11%
Conejos	41,0	10%
Cabras	30,0	7%
Otros	18,0	4%
TOTAL	413	100%

Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Gráfico 13: Animales les gustaría encontrar en la granja



Tabulación encuesta aplicada

Elaboración: Autoras

Un 11% de los encuestados les gustaría encontrar vacas, pato, caballo y cerdos un 10% conejos, gallinas un 4% les gustaría encontrar loros y otros tipos lugares y entre el 8% y el 5% les gustaría encontrar chivos, palomas.

CAPITULO III

“PLAN DE MARKETING”

3.1. Objetivos y Estrategias

3.1.1. Objetivo General

Lograr ser un atractivo en el sector de entretenimiento para niños, donde se puede disfrutar y aprender del medio ambiente con un servicio de calidad.

3.1.2. Objetivo Específico

- ✓ Definir las estrategias correctas para desarrollar el plan de marketing.
- ✓ Realizar un programa de las diferentes actividades que se va a organizar en el establecimiento.
- ✓ Identificar la publicidad necesaria para el sector de entretenimiento.
- ✓ Determinar las promociones correspondientes para captar a los clientes.
- ✓ Dar el respectivo mantenimiento a las áreas verdes y a cada área de los animales para brindar un mejor servicio.

3.1.3. Estrategia de Introducción

El diseño de introducción se basa en la planificación estratégica de dar a conocer al mercado el producto o servicio que la empresa ofrecerá con el fin de obtener el mayor número de clientes en el menor tiempo posible y

mediante la ayuda estrategias de mercadeo conseguir el posicionamiento de la marca como los primeros en la mente de los clientes potenciales.

En este caso el servicio que se pretende ofertar es entretenimiento exclusivo para niños con un fin educativo ambiental el cual se diferencia con el resto de lugares de atracción infantil que encontramos en el mercado.

Es por esto, que la campaña de introducción se lo hará en base a una estrategia de diferenciación que tiene como objeto resaltar características que son percibidos por el mercado como únicos en el medio de tal manera que los clientes consideren al servicio como exclusivo generando de esta forma fidelidad hacia la marca y la menor sensibilidad hacia el precio.

Con el propósito de introducir al mercado óptimamente los servicios que se ofrecerán a través del centro de entretenimiento se ha optado por realizar las siguientes estrategias de lanzamiento:

- Organizar presentaciones en las instituciones educativas dando a conocer el nuevo lugar de entretenimiento que vincula el aprendizaje, para niños de educación básica.
- Realizar presentaciones en la casa abierta de las escuelas a fin de mostrar las atracciones principales que ofrecerá la empresa.
- Elaborar y obsequiar anuncios publicitarios llamativos tanto para las escuelas, padres de familias y niños.
- Repartir trípticos informativos en lugares estratégicos con alta concurrencia de niños y padres de familia como son los parques, centros comerciales y escuelas.

3.1.4. Estrategia de Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento de la granja interactiva es conocer la satisfacción de las necesidades del consumidor, además que pretende que la marca se encuentre posicionada en la mente de los consumidores. De tal modo, que cuando las personas piensen en el servicio que les ofrece la granja interactiva, piensen en las características y particularidades que ellos desean y consideran necesarias. Por lo analizado, se considera ser una empresa de entretenimiento totalmente diferente y novedoso a lo que se encuentra en la ciudad de Guayaquil. Con el fin que los consumidores cuando piensen en entretenimiento tengan en mente la granja interactiva, como una empresa reconocida dentro de la industria del entretenimiento.

Por esa razón se analizó las distintas estrategias que se pueden plantear para que esto ocurra.

- Las cualidades que el servicio posee: Se busca resaltar las principales características del servicio en relación a otros, para que de esta forma el consumidor se lleve la mejor impresión.
- El posicionamiento con relación a la competencia: Es un concepto nuevo que existe en Guayaquil, diferente a las otras formas de entretenimiento para niños (River Park, El Pantanal, Play Land Park), donde aquí uno puede convivir con animales y la naturaleza reteniendo el conocimiento mientras se disfruta jugando.

3.2. Análisis de las 5 C

3.2.1. Clientes

Nuestros clientes son los niños de 1 a 12 años de edad que hay en la ciudad de Guayaquil, una población de 951.271 niños. Un 22,2% que asisten a establecimiento privados, también se va a cubrir a la demanda insatisfecha de niños de la ciudad de Guayaquil que es 93.624 niños. A ellos se les va a ofrecer el servicio, el cual los padres de familia van a pagar. De acuerdo a sus necesidades, los clientes se van a asistir satisfechos de nuestro servicio, de haber tenido una experiencia diferente y agradable, entretenida y de aprendizaje.

3.2.2. Compañía

La compañía va a ofrecer un servicio de calidad para el niño donde tenga interacción con los animales, sea un servicio novedoso que contribuya a la formación de ellos. Además se va a establecer las políticas de la compañía lo cual va ayudar a que haya un respeto del lugar. También se establecerá un modelo de negocios CANVAS que ayuda a comprender mejor el funcionamiento de la misma. Lo cual permitirá concentrarnos en nuestro servicio a ofrecer. Además, que el precio les beneficiará a los consumidores, porque salen del lugar con una experiencia vivida, la cual permitirá que no se olvide jamás.

3.2.3. Competidores

El servicio que se ofrece en la compañía se identifica de la competencia, porque en la ciudad de Guayaquil no hay un lugar de entretenimiento solo dirigido para niños, el servicio que ofrecemos es justamente eso además que el niño interactúa con la naturaleza, se siente libre para jugar y divertirse y al mismo tiempo va aprendiendo aunque para ellos todo es un juego.

Nuestros competidores sustitutos son todos esos lugares donde pueden ir los niños a entretenerse, algunos que es al aire libre es en familia donde solo pueden observar al animal pero no conviven con ellos, los otros lugares que existen de entretenimiento son en lugares cerrados como en centros comerciales los cuales no ofrecen un aprendizaje.

3.2.4. Colaboradores

El centro de entretenimiento contara con diversos proveedores según las áreas del lugar como es el restaurante, los talleres, los juegos infantiles y los alimentos de los animales. Las empresas que suministraran el restaurante serán distribuidores a nivel local, mercados locales y hasta incluso la propia huerta.

Los talleres didácticos serán suministrados por las librerías, papelerías y tiendas de juguetes infantiles que van de acuerdo con las edades y las actividades a desarrollar teniendo así el material educativo idóneo para el desarrollo de estas tareas.

En relación con los alimentos de los animales y los productos para la huerta en la ciudad es posible encontrar una amplia red de suministradores agrícolas donde se obtendrán los suministros necesarios como los fertilizantes, semillas y comida de animales.

3.2.5. Contexto

El centro infantil Kids Ventura ofrece entretenimiento para niños de 1 a 12 años de edad combinado con educación ambiental no escolarizada el cual

es considerado como parte complementaria a la educación formal impartida en las escuelas, es decir que el niño reforzará lo aprendido mediante el juego.

Este servicio es ofrecido tanto para niños particulares como a las escuelas privadas de la ciudad de Guayaquil ubicadas en principalmente en el sector norte de la ciudad quienes son los que se encuentre a menor distancia del centro infantil sin apartar a todas las escuelas que no se encuentren en este sector.

3.3. Marketing Mix 4 C

3.3.1. Cliente

El servicio está dirigido a los niños entre 1 y 12 años de edad, quienes están interesados en divertirse jugando y al mismo tiempo ir aprendiendo acerca de los animales y la naturaleza a través de actividades que se van a emplear en la visita al lugar. Por otro lado el servicio brindado es de calidad ya que se busca que el niño tenga una diversión sana, placentera y divertida lo cual lo va a conseguir con las prácticas que se ofrecen junto con los animales y talleres.

El servicio ofrecido consta de: Infraestructura moderna, segura y confiable, Servicio WiFi (Internet Inalámbrico) en todas las diferentes áreas del lugar (oficinas, restaurante, talleres).

3.3.2. Costo

Considerando que la empresa se esta iniciando en el mercado infantil y tomando en cuenta los factores externos el cual indican que existen empresas que ofrecen un servicio sustituto, se ha escogido la estrategia de establecer un precio de posicionamiento acorde al mercado, lo cual se tomara como referencia los precios de lugares de entretenimiento infantil existentes con la finalidad de que la empresa, a pesar de ser nueva represente una competencia directa para los diferentes centros de entretenimiento que operan en la ciudad de Guayaquil.

Además, se establecerán niveles de precios que van acorde al segmento de mercado de tal manera que existirá un precio diferentes tanto para niños como para adultos y también cambiará dependiendo la estacionalidad de la demanda.

3.3.3. Comodidad

La Granja Interactiva estará ubicada en el norte de la ciudad de Guayaquil, en una zona concurrida hoy en día por muchas personas, estará ubicada cerca de la avenida principal. Terreno en vía la Costa.

En este caso se brindará al cliente de un buen servicio para que este se sienta satisfecho, se contará con un personal que este pendiente de lo que los consumidores necesitan con cortesía y eficiencia.

Adicionalmente, se creará una página web donde se promocionará la empresa y se describirá todos los servicios a ofrecer al cliente. Esto es para que el consumidor sepa donde poder encontrar de nuestros servicios. Además que se distribuirá en las escuelas carteles, para que de esta forma los educadores sepan de donde poder llevar a los niños de paseo.

3.3.4. Comunicación

Como complemento al plan de marketing se implementara estrategias de mercadeo que promocionará la imagen corporativa e incentivarán las ventas de la empresa tales como:

- El mecanismo de promoción de boca en boca en los centros escolares y entre los padres de familia acerca del nuevo lugar para niños en la ciudad de Guayaquil.
- El diseño de una página web que ayudara de forma dinámica dar a conocer las actividades de la empresa, las instalaciones, las tarifas y los datos de contacto.
- Se utilizará redes sociales como el Facebook y el Twitter para mantener una comunicación y promoción constante con el cliente además será de ayuda para detectar nuevos gustos y preferencias de este sector.
- Repartir volante informativos en lugares estratégicos con alta concurrencia de niños y padres de familia como son los parques, centros comerciales y escuelas.
- Realizar presentaciones en la casa abierta de las escuelas a fin de mostrar las atracciones principales que ofrecerá la empresa.
- Organizar presentaciones en las instituciones educativas dando a conocer el nuevo lugar de entretenimiento y aprendizaje para niños de educación básica.
- Elaborar y obsequiar anuncios publicitarios llamativos tanto para las escuelas, padres de familias y niños.
- Organizar transmisiones de cuñas de radios promocionando el centro de entretenimiento

3.4. Plan de Acción

El Plan de Acción es un plan que resalta las actividades más específicas, es decir, una herramienta que programa y controla las actividades para poder cumplir con los objetivos y metas que se establecen en el plan estratégico de una empresa. Es una especie de estructura que ayuda la implementación de un proyecto. Además, permite conocer el seguimiento y la ejecución de la planificación según lo establecido en el plan de acción.

Tabla No.19: Cuadro de Actividades programadas

Actividades	Meses				
	Agost 2012	sep-15	oct-15	nov-15	dic-15
1 Diseño y elaboracion del letrero del establecimiento	x				
2 Creacion de cuentas en redes sociales como facebook y twitter	x				
3 Repartir volantes informativos en lugares estrategicos		x			
4 Organizar presentaciones en instituciones educativas			x		
5 Coordinar presentacion en casa abierta en las escuelas				x	
6 Publicidad de Radio					x
7 Diseño y publicacion del sitio web					x

Elaborado por: las autoras

Tabla No. 20: Tabla de Plan de Acción

Tabla de Plan de Acción			
¿Qué se va hacer?	¿Cuándo se va a hacer?	Responsable	¿Cuánto dinero se va a destinar para hacerlo?
Captar la atención de nuestro mercado meta	Cuando el proyecto esté estructurado completamente en papel y para que las personas puedan conocer acerca de este de cómo va hacer.	Se realizará responsablemente mediante la creación de redes sociales como Facebook y Twitter para promocionarnos.	Los gastos serían pocos, además que según las redes sociales debemos de fijar eso, ya que sería por cuenta propia que se haría.
Ser los mejores en el mercado de entretenimiento para niños	A mediados del 2013	Todo el equipo que forma parte de la Granja Interactiva	

Elaborado por: las autoras

CAPÍTULO IV

“ESTUDIO TÉCNICO”

4.1. Tamaño del Proyecto

4.1.1. Factores

El estudio técnico del proyecto permitirá al emprendedor determinar de forma correcta el tamaño de las instalaciones, activos fijos, el personal adecuado y la ubicación estratégica para atender la demanda potencial según los estudios previos en el mercado es de esta manera que se desarrollara el estudio técnico apropiado para establecer el monto a invertir que genere una máxima utilidad y de esta forma satisfacer las expectativas de los clientes no solo en servicio sino también en infraestructura.

4.2. Infraestructura Física

4.2.1. Localización del Proyecto

La adecuada localización del proyecto determinara el éxito del negocio es por ello que la decisión de donde situar el proyecto no solo de debe atender a criterios económicos sino también a criterios estratégicos hasta incluso a preferencias emocionales que podrían ayudar a la maximización de la rentabilidad de la idea del negocio.

- **Macro-Localización**

En base a la naturaleza del negocio y conforme a los servicios que se ofrecerá a los clientes potenciales, el centro de entretenimiento se encontrara en la Provincia del Guayas, ciudad de Guayaquil al oeste de

la ciudad, Vía a la Costa en la cual goza con un amplio terreno y de disfrutara el contacto con la naturaleza y un paisaje natural.

Gráfico No.14
Localización del Negocio



Fuente: Mapa Ecuador

Elaboración: Autora

- **Micro-Localización**

El centro de entretenimiento estará ubicado en la Ciudad de Guayaquil para lo cual se dispone del terreno de 3000 m² en el Km 12 ½ de Vía a la Costa.

4.2.2. Terreno

El terreno donde se construirá el centro de entretenimiento infantil tiene un área de 3,000 m² cuyo costo es \$ 120,000

4.2.3. Ubicación Estratégica

La granja interactiva se ubica estratégicamente vía a la Costa por algunas razones como:

- Es un sector en pleno desarrollo urbanístico y comercial.
- En la misma vía se encuentran importantes escuelas y colegios particulares de la ciudad que son considerados por la demanda potencial.
- Es un lugar a la vista de todo el público en general, lo que facilitará para la promoción del mismo.

4.2.4. Distribución del Lugar

El centro de entretenimiento estará distribuido de la siguiente manera:

- **Infraestructura y Obra Civil**

El centro de entretenimiento infantil contara con el área Administrativa como son los talleres donde se desarrollaran las diferentes actividades programadas, los corrales de los animales en donde podrán tener contacto directo con ellos, el huerto, el área de juegos y el restaurante.

Tabla No. 21: Construcción Áreas Administrativa

CONSTRUCCION DE AREAS ADMINISTRATIVAS				
DESCRIPCION	Unidad	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Administración General	M2	10	\$ 625,60	\$ 6.256,00
Taller 1	M2	15	\$ 433,33	\$ 6.500,00
Taller 2	M2	15	\$ 433,33	\$ 6.500,00
Enfermería	M2	8	\$ 550,00	\$ 4.400,00
Veterinaria	M2	8	\$ 550,00	\$ 4.400,00
Total				\$ 28.056,00

Elaboración: Autoras

Tabla No. 22: Otras Construcciones

OTRAS CONSTRUCCIONES				
DESCRIPCION	Unidad	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Baños	M2	15,00	\$ 238,53	\$ 3.578,00
Construcción de Bodegas	M2	8,00	\$ 250,00	\$ 2.000,00
Boletería	M2	4,00	\$ 200,00	\$ 800,00
Área aseo animales	M2	10,00	\$ 300,00	\$ 3.000,00
Pavimento Rígido en estacionamiento	M2	100,00	\$ 21,00	\$ 2.100,00
Bordillos de hs cominerías y estacionamiento	ml	453,00	\$ 4,15	\$ 1.879,95
Cominerías de adoquín 350 kg/cm2	m2	870,00	\$ 8,05	\$ 7.000,00
Instalación de energía eléctrica	PTO	30,00	\$ 22,45	\$ 673,50
Instalación de agua potable	PTO	22,00	\$ 34,57	\$ 760,54
Limpieza total de la construcción	M2	2.000,00	\$ 0,50	\$ 1.000,00
Total				\$ 22.791,99

Elaboración: Autor

Tabla No. 23
Construcciones de Áreas Producción de Servicios

CONSTRUCCION DE AREAS PRODUCCION SERVICIOS				
DESCRIPCION	Unidad	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Infraestructura Granja				
Sistema Riego	M2	40,00	\$ 8,00	\$ 320,00
Replanteo y Nivelación	M2	3.000,00	\$ 0,45	\$ 1.350,00
Movimiento de Tierras	M3	1.500,00	\$ 3,45	\$ 5.175,00
Construcción Laguna Artificial				
Conducción Agua para Laguna Artificial	ML	220,00	\$ 3,15	\$ 693,00
Excavación laguna Artificial	M3	8,00	\$ 4,10	\$ 32,80
Geo Membrana para laguna artificial	M2	15,00	\$ 1,15	\$ 17,25
Construcción de Corrales				
Construcción de Corral Madera pintada y Laca impermeable con techo para Vaca	UNIDAD	1,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Construcción de Corral Madera pintada y Laca impermeable con techo para Cabra	UNIDAD	1,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Construcción de Corral Madera pintada y Laca impermeable con techo para Caballo	UNIDAD	1,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Porquiza de Mampostería y piso hormigón	M2	30,00	\$ 46,32	\$ 1.389,60
Construcción de jaula pavos madera y malla	UNIDAD	1,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Construcción de jaula gallinas madera y malla	UNIDAD	1,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Construcción Conejera de Madera	UNIDAD	1,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Construcción Mini Hipódromo	M2	60,00	\$ 141,67	\$ 8.500,00
Construcción Establo	M2	40,00	\$ 162,50	\$ 6.500,00
Construcción Huerto	gl	10,00	\$ 50,00	\$ 500,00
Construcción Área de Juegos				
Laberinto de arboles	M2	30,00	\$ 25,00	\$ 750,00
Construcción Área Restaurante y eventos	M2	75,00	\$ 200,00	\$ 15.000,00
Total				\$ 41.427,65

Elaboración: Autoras

Tabla No. 24
Terreno

TERRENO			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Terreno	3.000,00	40,00	120.000,00

Elaboración: Autoras

- **Capacidad Instalada**

Se dispondrá de diferentes áreas: los talleres, las visitas a los corrales, el huerto, el área de juegos, el laberinto, el lago los cuales se organizaran 4 recorridos al día, además en la tabla se detalla la capacidad instalada, la misma que es 8210 visitas mensuales.

Tabla No. 25
Capacidad instalada Centro Entretenimiento

VISITA A LA GRANJA					
CANT.	TIPO	Frecuencia	Niños	MES	ANUAL
12	Mesas Talleres	4	48	1440	17280
12	Visita Corrales	4	48	1440	17280
8	Huerto	4	32	960	11520
10	Juegos	5	50	1500	18000
10	Laberinto	5	50	1500	18000
1	Lago	5	5	150	1800
10	Cuentos-Sillas	4	40	1200	14400
1	Pony	4	4	120	1440
TOTAL				8.310,00	99.720,00

Elaboración: Autoras

Entre las actividades a realizar se dispondrá un área para ofrecer a los niños el servicio de caritas pintadas. En la tabla se explica detalladamente los datos calculados.

Tabla No. 26
Cuadro: Capacidad instalada Actividades

ACTIVIDADES					
CANT.	TIPO	Frecuencia	Niños	MES	ANUAL
20	Mesas	4	80	2400	28800

Elaboración: Autoras

Además se contará con un restaurante el cual estará disponible para alquiler en el cual se podrá tener 20 mesas en el área ofrecida.

Tabla No. 27
Capacidad instalada Restaurante

Restaurante					
CANT.	TIPO	Frecuencia	Personas	MES	ANUAL
20	Salon	4	80	2400	28800

Elaboración: Autoras

- **Equipamiento necesario**

A continuación se detallan los equipos que se necesitarán para empezar con las actividades del centro de entretenimiento infantil.

En la tabla se detalla el equipo que se adquirirá para equipar todas las instalaciones del lugar.

Tabla No. 28
Equipos de Operación

EQUIPOS DE OPERACION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<u>Oficinas</u>			
Aire Acondicionado 12.000 BTU	3	\$ 574,83	\$ 1.724,49
Cheslong medico	1	\$ 1.220,00	\$ 1.220,00
Mesa Quirurgica de Veterinario	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Equipos primeros auxilios	15	\$ 25,00	\$ 375,00
<u>Salon de Talleres</u>			
Aire Acondicionado 12.000 BTU	2	\$ 574,83	\$ 1.149,66
<u>Restaurante</u>			
Campanas de Olores	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Ventilador de techo	2	\$ 50,00	\$ 100,00
TOTAL			\$ 5.419,15

Elaboración: Autoras

Tabla No. 29
Mobiliario de Operación

MOBILIARIO DE OPERACIÓN			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<u>Oficinas</u>			
Sillones de Espera	2	\$ 275,00	\$ 550,00
Mesa de centro	1	\$ 45,00	\$ 45,00
<u>Salón de Talleres</u>			
Mesas alargadas	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Sillas	8	\$ 35,00	\$ 280,00
Pizarras	2	\$ 28,00	\$ 56,00
Cartelera	4	\$ 8,00	\$ 32,00
<u>Restaurante</u>			
Juego de Anaqueles altos y bajos	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
TOTAL			\$ 2.363,00

Elaboración: Autoras

También se necesitarán equipos que ayuden a brindar seguridad en las instalaciones, compra de extintores, cámaras de seguridad, entre otros equipos de operación

Tabla No. 30
Otros Equipos de Operación

OTROS EQUIPOS DE OPERACION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Accesorios de Decoración de Aulas	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Circuito de Monitoreo por Cámaras de Seguridad	2	\$ 620,00	\$ 1.240,00
Extintores de polvo químico	10	\$ 50,00	\$ 500,00
Sanitarios y urinarios Edesa	4	\$ 50,98	\$ 203,92
Lavabo Edesa	4	\$ 13,02	\$ 52,08
Tachos de basura grandes	4	\$ 75,00	\$ 300,00
<i>Exteriores</i>			
Columpios	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Sube y Baja	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Resbaladeras	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Juegos Inflable	2	\$ 950,00	\$ 1.900,00
Juegos Pre armados	1	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00
TOTAL			\$ 8.846,00

Elaboración: Autoras

Para el área de oficinas se adquirirán escritorios, sillas y archivadores, también computadoras, teléfonos, entre otros.

Tabla No. 31
Muebles de Oficina

MUEBLES OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorios Ejecutivos	4	\$ 250,00	\$ 1.000,00
Sillones Ejecutivos	4	\$ 140,00	\$ 560,00
Librero	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Sillas de Visita	8	\$ 30,00	\$ 240,00
Archivadores Aéreos	2	\$ 50,00	\$ 100,00
TOTAL			\$ 2.400,00

Elaboración: Autoras

Tabla No. 32
Equipos Computación

EQUIPOS DE COMPUTACION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadores de Escritorio	2	\$ 650,00	\$ 1.300,00
Impresora Multifuncional	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Router Inalámbrico	2	\$ 60,00	\$ 120,00
TOTAL			\$ 1.540,00

Elaboración: Autoras

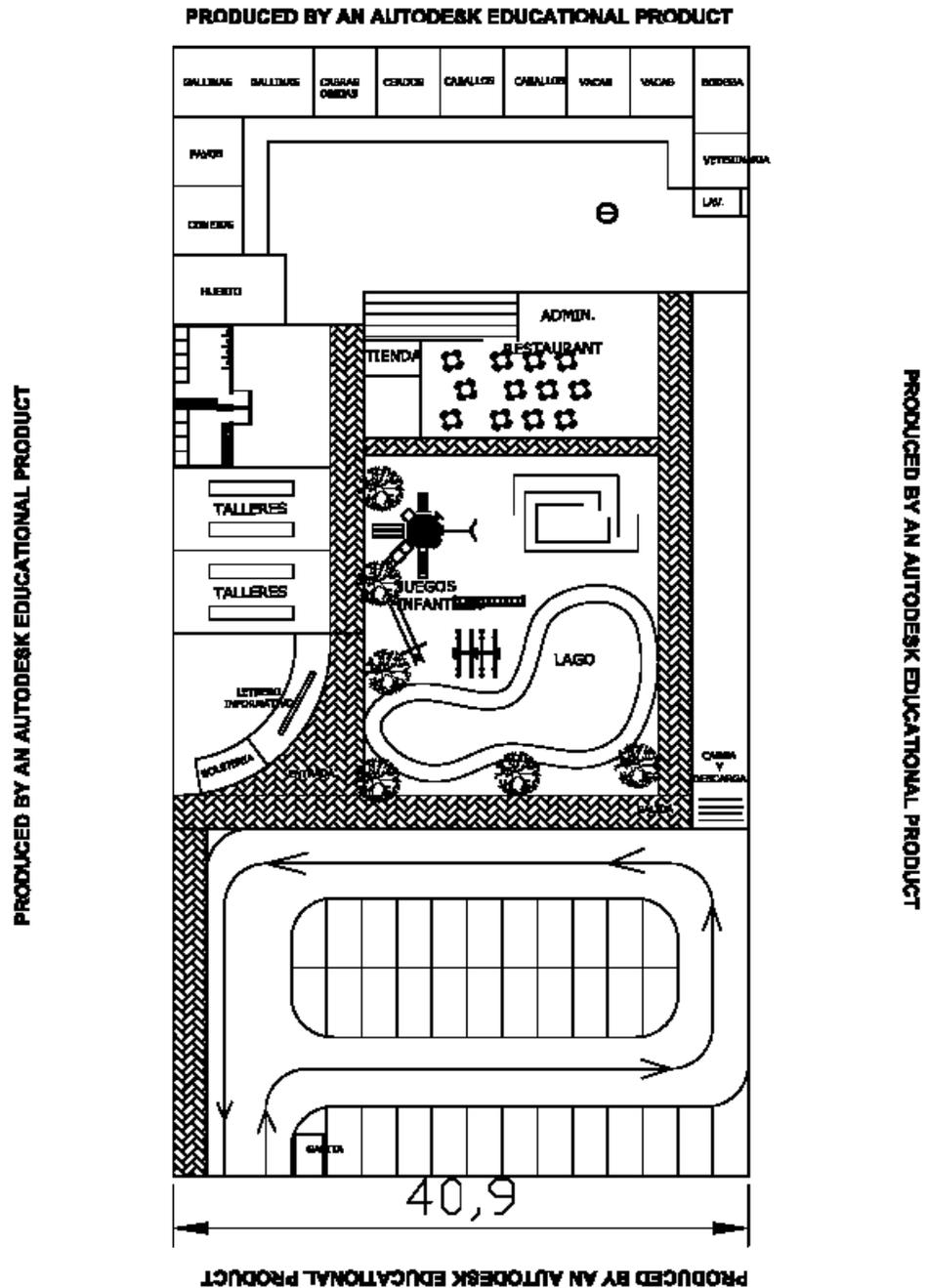
Tabla No. 33
Equipos Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Teléfonos Inalámbricos	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Calculadoras, perforadoras, grapadoras	3	\$ 50,00	\$ 150,00
TOTAL			\$ 240,00

Elaboración: Autoras

4.2.5. Plano de la Granja Interactiva

Grafico 15: Plano Granja Interactiva



Elaborado por: Arq. Andrés Palacios

4.2.6. Vista 3d de la Granja Interactiva

Grafico 16: Vista en 3D de Corrales



Grafico 17: Vista en 3D de Talleres y juegos



Grafico 18: Vista en 3D de parqueaderos



Grafico 19: Vista en 3D de Lago



Grafico 20: Vista en 3D del huerto, los baños y corrales



Elaborado por Arq. Fabián Nagua

4.2.7. Personal del servicio requerido

A continuación se detalla las funciones principales cargos mediante una ficha de puesto y funciones respectivamente para cada uno.

Formas de Contratación

El contrato es la herramienta principal que utiliza la empresa para establecer una relación entre empleador y empleado, en el cual se detalla los términos y condiciones a los que se comprometen tanto el empresario como el trabajador a desarrollar sus respectivas funciones.

Las contrataciones las realiza la empresa en forma individual acordando las responsabilidades y obligaciones entre las dos personas para prestar servicios lícitos y personales bajo dependencia.

La compañía contratar a las siguientes personas:

- 1 Gerente Administrativo y financiero
- 1 Gerente de Marketing
- 2 Guías de Talleres
- 2 Guías de animales
- 1 Cajero
- 1 Doctor
- 1 Medico Veterinario
- 3 mantenimiento y limpieza
- 2 Guardias de Seguridad

En el siguiente cuadro se detalla los tipos de contratos que tendrá cada empleado de la compañía:

Tabla No. 34
Tipos de Contrato

Cargos	Tipos de Contrato
Administrador	Contrato individual de trabajo por tiempo fijo de un año.
Gerente de Marketing	Contrato individual de trabajo por tiempo fijo de un año.
Guías de Talleres	Contrato individual de trabajo por tiempo fijo de un año.
Guías de Animales	Contrato individual de trabajo por tiempo fijo de un año.
Cajero	Contrato a prueba, de duración máxima de noventa días.
Doctor	Contrato a prueba, de duración máxima de noventa días.
Médico Veterinario	Contrato a prueba, de duración máxima de noventa días.
Mantenimiento y Limpieza	Contrato a prueba, de duración máxima de noventa días.
Guardias de Seguridad	Contrato a prueba, de duración máxima de noventa días.

Elaboración: Autoras

4.3. Ingeniería del Proyecto

4.3.1. Proceso de Producción

El proceso de producción ayudará a conocer como se desarrollará la actividad dentro de la granja interactiva. Esto permite mostrarle al cliente una idea más clara de lo que comprenderá el recorrido o las distintas actividades que va a realizar dentro de la misma.

Además, será mucho más fácil organizar una visita a la granja interactiva debido al correcto proceso que se realizará.

De esta forma, los visitantes se podrán tener un día agradable, ya que estará todo debidamente organizado para que no haya ningún inconveniente.

Tabla No. 35
Servicios a ofrecer en la Granja Interactiva

SERVICIOS A OFRECER	
Visita guiada a la Granja Interactiva para escuelas	Los niños pueden hacer el recorrido de la granja junto con un guía del lugar y conocer los distintos animales que se encuentran en el corral. Los niños pueden interactuar y alimentar a los animales. Luego, ellos pueden disfrutar el área de juegos y servirse un refrigerio.
Visita a la Granja Interactiva para personas particulares	Los niños en compañía de sus padres podrán recorrer la granja y visitar a los distintos corrales. Ellos pueden alimentar y realizar actividades con los animales. Luego, pueden disfrutar de las distracciones en el área de juegos. También si gustan pueden hacer la compra en la tienda.
Fiestas de Cumpleaños	Los niños podrán disfrutar de los juegos infantiles y saborear un rico aperitivo. Además podrán hacer uso de las instalaciones y distraerse con los distintos animales que están en el lugar.
Talleres	El servicio brinda variedades de talleres como: contar un cuento, colorear, ordeñar la vaca, dar de comer a los animales, cepillar y dar una vuelta en el caballo, recolectar los huevos de gallina, sembrar semillas en el huerto y regarlas para cosecha de plantas, ordeñar la cabra.

Elaborado por: Autoras

HORARIOS	LUNES A VIERNES 9H00 A 17H00
	SABADOS Y DOMINGOS 9H00 A 17H00

JUEGOS	La Rayuela
	Saca con el Saco
	Saca la cuerda
	Palo encebado

4.3.2. Actividades a realizarse

- **Visita de un día a la granja**

La visita a la granja interactiva incluirá medios de diversión en los cuales los niños podrán convivir con los animales en este caso se describe a continuación.

- Los niños a la llegada a la granja podrán toparse con una boletería en donde podrán adquirir su entrada al lugar.
- Luego se van a topar con un mapa grande, en el cual se mostrará las diferentes áreas con las que contará el establecimiento. Y los animales que podrán encontrar en su recorrido.
- Los niños que van particularmente con sus padres podrán hacer el recorrido junto con un guía que les realizará la respectiva explicación del animal, lo que puede producir, y actividades para que el niño realice.

- Los niños que asisten con las escuelas de igual forma un guía los conducirá en el recorrido para que de esta forma sea más sencillo el recorrido para los educadores que los acompañan.

- **Talleres a realizarse**

Se realizará distintos talleres para que el niño pueda desenvolverse en el mundo natural y poder comprender que a la naturaleza hay que cuidarla y que cada ser humano aporta con algo al cuidarla y mantenerla para que futuras generaciones puedan disfrutar de las mismas experiencias.

El establecimiento contará con el equipamiento y materiales necesarios para poder realizar los trabajos.

Tabla No. 36
Talleres a realizarse

TALLERES	
Para los más chiquitos:	Reconocer Sonidos: En el salón se pondrá música de fondo con los distintos sonidos de los animales de la granja, los cuales los niños tendrán que reconocerlos con fotografías que se les mostrará.
	Relato de Cuentos: Una persona se encargará de contar cuentos para los niños, los cuales pueden ser interpretados por ellos mismos con ayuda de un vestuario para cada narración. De esta manera incrementan su creatividad.

Para los más grandecitos:

Manualidades	Busca el tesoro perdido
<p>Los niños podrán elaborar distintas cosas con sus manos, lo cual ayuda al desarrollo de la creatividad e imaginación. Ellos podrán hacer el uso de algunos materiales como: papel, semillas, flores secas, foami, cartulina, acuarela, lápices de colores.</p>	<p>Los niños podrán disfrutar de un entretenido juego que consiste en buscar pistas dentro del laberinto con lo relacionado a la granja. De esta forma ellos desarrollan la destreza de buscar distintos objetos enredados en el laberinto y al final poder completar la pista. (Ésta actividad se la realizará en grupos).</p>

Taller de Ganadería	Taller de Agricultura
<p>Los niños podrán conocer todo acerca del animal, que productos produce y de que se alimenta. También podrán interactuar con ellos. Si es el caso de ordeñar, recoger huevos, montar a caballo, entre otros.</p>	<p>Los niños podrán disfrutar del cultivo de las variedades de semillas correspondiente a la zona en cada época del año, también podrán conocer los nombres de las distintas plantas de cultivo que hay: cebolla, zanahoria, tomate, lechuga, etc., e identificar las herramientas que se utilizan para el mantenimiento. Esto además, ayudará a que el niño conozca los posibles alimentos que se pueden obtener de la agricultura. Y se les enseñará a crear su propio abono.</p>
Taller de Repostería	
<p>Los niños podrán elaborar sencillas recetas de dulces, que a los niños tanto les gusta. Ellos podrán hacer galletas, cupcakes, entre otras. Lo cual permitirá desarrollar las habilidades culinarias de los niños y niñas que asisten al lugar.</p>	

- **Evento – Celebración de cumpleaños**

El lugar contará con un amplio salón en el cual los niños podrán festejar su cumpleaños, el cual esta equipado para la ocasión con la colaboración de los padres de familia para poder decorar el lugar según los requisitos y exigencias del niño.

Por otro lado, se brindará un servicio de alta calidad dentro del cual se organizará talleres y actividades para que los niños disfruten y vayan aprendiendo a elaborar.

**Tabla No. 37
Programa Fiestas de Cumpleaños**

FIESTAS DE CUMPLEAÑOS	
Los niños pueden disfrutar de un día de puro entretenimiento.	
<p>El local incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La decoración temática del lugar (opcional) • Música infantil de fondo • Caritas pintadas • 12 mesas redondas con manteles y sobre manteles • Mesa para la torta con mantel base • 1 caja de regalos • Uso de las instalaciones con juegos • 1 persona para la atención en el comedor • Refrigerador • Palo encebado <p>Decoración:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mesa principal con desniveles y sobre manteles (\$30) • Arco de globos (\$20) • Pilares de globos (\$15) • Centros de mesa (\$10) <p>Bocaditos de dulce:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100 alfajores (\$25) • 100 yemitas acarameladas (\$25) • 100 huevitos faldiqueros (\$15) • 100 trufas de chocolates bañadas con chocolate (\$25) 	<p>Carretillas de Snack:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100 Canguil (\$35) • 100 Churros (\$40) • 100 Mini Hot Dog (\$50) • 100 Hot Dog (\$70) • 100 Pizza (Porción) (\$100) • 100 Algodón de Azúcar (\$35) • 100 Granizado (\$40) • 100 Pan de Yuca (\$80) <p>Otros Servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sillas adicionales (\$0,70) • Trampolín (\$0,65) • Mesas vestidas con mantel y sobre mantel adicionales (\$4,50) • Cup cake torre de 13 unidades (\$1,00 x unidad) <p>Bocaditos de sal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100 sandwiches de pollo, jamón, atún, o queso (\$35) • 100 mini hamburguesas (\$35) • 100 brochetitas de pollo (\$35) • 100 choricitos (\$30) • 100 empanadas de carne o pollo (\$30) • 100 rollitos de jamón (\$30)

**Precios No Incluyen IVA
Previa Reservación**

4.3.3. Requerimiento de mano de obra

La mano de obra que la granja interactiva posee es una mano de obra calificada, ya que es necesario que el personal sea especializado en cada área que en esta granja se encuentra. De esta forma se podrá ofrecer con un servicio de buena calidad a los clientes.

La mano de obra calificada se compone del siguiente personal: de médicos veterinarios, ingenieros agrónomos, guías educadores en pre-escolar y primaria, médicos para niños.

4.3.4. Requerimiento de insumos y servicios

El requerimiento de insumos es importante para el servicio que se va a ofrecer. Por ejemplo está el cuidado de los animales, las vacunas respectivas que el veterinario debe poner a las distintas clases de animales que hay en la granja interactiva, y el alimento necesario para cada uno de ellos.

Asimismo, es necesario los nombrar los insumos que se van a utilizar para el atractivo del lugar. Por ejemplo, está el área del restaurante donde se ofrecerá almuerzos para las personas que lo requieran. Fotografías que serán tomadas como un recuerdo de la visita a la granja para los más pequeños.

4.3.5. Recursos necesarios para la inversión de la granja interactiva

Lo que la granja interactiva va a necesitar son los siguientes recursos:

- Terreno
- Sistema de riego

- Herramientas para la construcción de corrales para animales
- Herramientas para la construcción de bodega para alimentos
- Materiales para la construcción de un huerto
- Materiales para pavimentación en área de estacionamiento
- Instalación de energía eléctrica y agua potable
- Herramientas y materiales para el mantenimiento del lugar
- Alimentos para cada tipo de animales

CAPÍTULO V

“ESTUDIO ADMINISTRATIVO”

5.1. Descripción del negocio

El centro de entretenimiento y aprendizaje infantil es una granja interactiva donde los niños podrán disfrutar de un agradable ambiente al aire libre, experimentando la convivencia con los distintos animales domésticos que se encontrarán en el lugar. Además, podrán entretenerse con las distintas actividades que se tiene programado como: talleres con animales, área de juegos infantiles, actividades para los más pequeños como contar cuentos, conocer acerca de un huerto y poder celebrar fiestas de cumpleaños. Esto es, con el objetivo que los niños aprendan de la vida de la naturaleza jugando. Es un lugar dirigido a niños entre 1 a 12 años de edad, el cual incluye a escuelas.

5.2. La Empresa y su constitución

Características de la sociedad

La actividad del negocio se desarrolla en el sector terciario en el cual se ofrece el servicio de entretenimiento y educación infantil al aire libre donde los niños disfrutarán de un ambiente cercano a la naturaleza. Este tipo de negocio es creado con carácter privado y con ánimos de lucro.

Siguiendo con este propósito se constituirá una sociedad anónima conformado por una junta accionaria de 10 socios quienes aportaran de forma equitativa el capital requerido para el proyecto con el que se limitara a sus responsabilidades financieras de acuerdo al monto de sus aportaciones.

El estatuto del centro de entretenimiento infantil constara:

- El nombre de la empresa que se constituye es “ Kids Ventura S.A.”
- La ubicación principal de la compañía es en el km 12 ½ Via a la Costa.
- El objeto de la compañía es ofrecer un servicio de entretenimiento infantil complementado con educación ambiental para incentivar el cuidado al medio ambiente impartido por las escuelas en un entorno cercano a los animales de granja junto con el refuerzo de los talleres didácticos diseñados especialmente para los niños.

Propiedad Accionaria

Las aportaciones de los socios suman \$88.000,00 cuyas contribuciones serán otorgadas de forma equitativa como se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 38: Propiedad Accionaria

Nombre de los Accionistas	V. Accion	Cant	T. Aportacion	%
Socio 1	\$ 40.00	220	\$ 8,800.00	10.00%
Socio 2	\$ 40.00	220	\$ 8,800.00	10.00%
Socio 3	\$ 40.00	220	\$ 8,800.00	10.00%
Socio 4	\$ 40.00	220	\$ 8,800.00	10.00%
Socio 5	\$ 40.00	220	\$ 8,800.00	10.00%
Socio 6	\$ 40.00	220	\$ 8,800.00	10.00%
Socio 7	\$ 40.00	220	\$ 8,800.00	10.00%
Socio 8	\$ 40.00	220	\$ 8,800.00	10.00%
Socio 9	\$ 40.00	220	\$ 8,800.00	10.00%
Socio 10	\$ 40.00	220	\$ 8,800.00	10.00%
TOTAL APORTACIONES			\$ 88,000.00	100.00%

Elaboración: Autora

Aspectos Legales del Negocio

Marco Legal

El centro de entretenimiento deberá cumplir con una serie de requisitos para iniciar sus actividades de acuerdo a lo que establece la ley con el fin de ofrecer un buen servicio a los clientes potenciales, a continuación se detalla los puntos necesarios para iniciar las operaciones del negocio:

- Constitución de la empresa en la Superintendencia de Compañías
- Permiso de Muy ilustre Municipalidad del Cantón Antonio Elizalde, uso de suelo y patente comercial.
- Tener RUC asignado por el SRI.
- Obtener el nombramiento del representante legal
- Inscripción patronal de la empresa en el IESS.
- Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud.
- Tener el Permiso de Bomberos.
- Permiso de tratamiento de aguas residuales y aprobación de impacto ambiental.

5.3. Logo y Slogan



Elaborado por: Autoras

El logo fue detallado debido a que el servicio es entretenimiento para niños y vincula el cuidado y preservación de la naturaleza y los animales, por eso también el slogan.

5.4. ¿Quiénes Somos?

Somos una empresa decidida a ofrecer una experiencia inolvidable al contacto con la naturaleza y la convivencia con animales domésticos, en la cual los niños podrán disfrutar de un día entretenido al aire libre jugando y aprendiendo.

5.5. Misión

El propósito de es ofrecer un servicio interactivo, novedoso y de calidad, que contribuya a la formación básica de los niños, sin dejar de lado la preservación del ecosistema.

5.6. Visión

Proveer un ambiente cómodo y seguro con estructura propia además de un servicio excelente, para que los padres de familia compartan con sus hijos la interacción con la naturaleza.

5.7. Objetivos de la Empresa

5.7.1. Objetivo General

Alcanzar las expectativas de nuestros clientes que serían los niños de 1 a 12 años de edad y sus padres, para que disfruten de una experiencia inolvidable.

5.7.2. Objetivos Específicos

Capacitar a nuestro personal para que los niños se sientan a gusto y se ofrezca un servicio de calidad.

Mantener el establecimiento siempre limpio y con los materiales necesarios.

5.8. Principios y valores

La Granja Interactiva se caracteriza por tener ciertos principios y valores importantes para un buen funcionamiento dentro de la empresa.

Principios

- Brindar un servicio de calidad a los clientes dando respuesta a sus inquietudes con profesionalismo y rapidez
- Impulsar al personal al mejoramiento continuo las capacitaciones constantes que brinda la empresa buscando disminuir los errores, adquirir nuevos conocimientos y buscar métodos de enseñanza modernos para brindar un excelente servicio
- Buscar la excelencia en todas las actividades que se realiza dando el mejor servicio al cliente y ofrecer alternativas de solución
- Conservar un ambiente laboral agradable en todo trabajo que se realice
- Desarrollar y mantener un plan de prevención de emergencia cuando exista algún peligro significativo

Es importante mencionar que el equipo de trabajo proporcionará a todos los clientes el mejor servicio basándose en los siguientes valores:

Valores

1. **Respeto:** Mostrar trato adecuado hacia los colaboradores, clientes, la naturaleza y todas la sociedad que nos rodea
2. **Responsabilidad:** Cumplir las normas y procesos, trabajar bajo parámetros establecidos previamente en la empresa cumpliendo con los objetivos establecidos
3. **Integridad:** Mostrar un trabajo impecable, sincero y permanente de practicar una relación honesta y confiable
4. **Agilidad y Seguridad en las Operaciones:** Actitud proactiva y acciones dinámicas preservando la seguridad e integridad de las personas que operan en las instalaciones y sus clientes.

5.9. La Organización

5.9.1. Estructura Organizacional

Grafico 21: Organigrama de la Compañía



Elaborado por: Autoras

5.9.2. Estructura Funcional

Tabla 39: Fichero de puesto y funciones - Administrador

DATOS IDENTIFICACIÓN
Nombre del Puesto: Administrador
Jefe Directo: Accionistas
Unidades Dependientes: Supervisión General
FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none">• Organizar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas y financieras de la compañía, cumpliendo con los objetivos generales.• Incorporar procesos específicos de control interno, dentro de los sistemas de presupuestos, determinación y recaudación de los recursos financieros.• Cuidar el correcto funcionamiento del control interno administrativo• Controlar el correcto cumplimiento de disposiciones legales, reglamentarias, políticas y normas relacionadas con sus funciones así como supervisar la labor y la calidad ética y profesional del personal de su unidad.

Tabla 40: Fichero de puesto y funciones – Asesor Marketing

DATOS IDENTIFICACIÓN	
Nombre del Puesto: Asesor Marketing	
Jefe Directo: Gerente Administrativo	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar, dirigir y coordinar las actividades de comercialización y políticas de promoción del servicio . • Desarrollar y evaluar las estrategias de marketing basadas con los objetivos establecidos, las características del mercado y los factores de costo y margen del benéfico • Desarrollar estrategias de precios con el objetivo de maximizar las ganancias de la empresa, la participación del mercado y garantizar satisfacción de los clientes. 	

Tabla 41: Fichero de puesto y funciones – Guía Talleres

DATOS IDENTIFICACIÓN	
Nombre del Puesto: Guía Talleres	
Jefe Directo: Gerente Administrativo	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar el adecuado desenvolvimiento de los talleres de acuerdo a la programación previamente establecida • Enseñar y estimular la participación de los niños en las diversas actividades educativas y de entretenimiento procurando lo más altos niveles de calidad. • Estimular que los participantes desarrollen su conocimiento mediante el juego de tal forma que articule lo aprendido con la práctica y con su entorno. 	

Tabla 42: Fichero de puesto y funciones – Guía Animales

DATOS IDENTIFICACIÓN
Nombre del Puesto: Guía de animales
Jefe Directo: Gerente Administrativo
FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none">• Organizar y guiar de forma ordenada la visita de los niños a cada sección de los animales informando las características del lugar• Liderar la visita y descanso en cada punto de interés a los niños para que puedan tener contacto directo con los animales• Incentivar el respeto y cuidado con los animales que se encuentre en su entorno.

CAPÍTULO VI

“ESTUDIO FINANCIERO”

6.1. Inversión Inicial del Proyecto.

Para comenzar las actividades del negocio, es importante determinar cuál sería el monto inicial del proyecto para posteriormente establecer las fuentes de financiamiento a utilizar para la adquisición de estos recursos.

DESCRIPCION	USD \$	%
<u>INVERSION FIJA</u>		
Muebles de Oficina	\$ 2.400,00	0,83%
Mobiliario de Operación	\$ 2.363,00	0,81%
Equipos de Oficina	\$ 1.540,00	0,53%
Equipos de Computación	\$ 1.540,00	0,53%
Equipos de Operación	\$ 5.419,15	1,87%
Otros Equipos de Operación	\$ 8.846,00	3,05%
Edificaciones y Otras Construcciones	\$ 96.675,64	33,32%
Terreno	\$ 120.000,00	41,36%
TOTAL INVERSION FIJA	\$ 238.783,79	82,30%
<u>INVERSION DIFERIDA</u>		
Gastos de Constitución	\$ 1.200,00	0,41%
Permisos, Concesiones y Derechos	\$ 1.300,00	0,45%
Instalaciones y Adecuaciones	\$ 13.205,00	4,55%
TOTAL INVERSION DIFERIDA	\$ 15.705,00	5,41%
<u>INVERSION CORRIENTE</u>		
Capital Trabajo	\$ 27.214,60	9,38%
Imprevistos (3%)	\$ 8.451,10	2,91%
TOTAL INVERSION CORRIENTE	\$ 35.665,70	12,29%
TOTAL INVERSION INICIAL	\$ 290.154,49	100,00%

La inversión total del proyecto es de \$290.154,49 la cual se divide en tres grandes rubros: inversión fija \$238.783,79, inversión diferida \$15.705,00 e inversión corriente \$35.665,70 con la Corporación Financiera Nacional

6.2. Financiamiento de la Inversión

DESCRIPCION	USD	%
FONDOS PROPIOS	\$ 88.000,00	30%
PRESTAMO BANCARIO	\$ 202.154,49	70%
TOTAL	\$ 290.154,49	100,00%

INSTITUCION FINANCIERA:	
MONTO:	\$ 202.154,49
TASA:	11,33%
PLAZO:	10
FRECUENCIA PAGO:	12
CUOTA MENSUAL:	\$ 2.822,57

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	PAGO
1	\$ 11.554,59	\$ 22.316,30	\$ 33.870,89
2	\$ 12.933,89	\$ 20.937,00	\$ 33.870,89
3	\$ 14.477,85	\$ 19.393,04	\$ 33.870,89
4	\$ 16.206,11	\$ 17.664,78	\$ 33.870,89
5	\$ 18.140,68	\$ 15.730,21	\$ 33.870,89
6	\$ 20.306,18	\$ 13.564,71	\$ 33.870,89
7	\$ 22.730,18	\$ 11.140,71	\$ 33.870,89
8	\$ 25.443,55	\$ 8.427,34	\$ 33.870,89
9	\$ 28.480,81	\$ 5.390,08	\$ 33.870,89
10	\$ 31.880,65	\$ 1.990,24	\$ 33.870,89
120	\$ 202.154,49	\$ 136.554,40	\$ 338.708,90

6.3. Presupuestos del Proyecto

6.3.1. Presupuesto de Operación

GASTOS ADMINISTRATIVOS	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y Beneficios	\$ 6.609,66	\$ 79.315,96	\$ 87.247,56	\$ 95.972,31	\$ 105.569,54	\$ 116.126,50
Agua	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 612,00	\$ 624,24	\$ 636,72	\$ 649,46
Energía Eléctrica	\$ 80,00	\$ 960,00	\$ 979,20	\$ 998,78	\$ 1.018,76	\$ 1.039,13
Telefonía Fija	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 489,60	\$ 499,39	\$ 509,38	\$ 519,57
Internet	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 612,00	\$ 624,24	\$ 636,72	\$ 649,46
Seguros	\$ 46,87	\$ 562,40	\$ 573,65	\$ 585,13	\$ 596,83	\$ 608,76
Mantenimientos	\$ 562,40	\$ 6.748,85	\$ 6.883,82	\$ 7.021,50	\$ 7.161,93	\$ 7.305,17
Suministros de Oficina	\$ 70,00	\$ 840,00	\$ 856,80	\$ 873,94	\$ 891,41	\$ 909,24
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 80,00	\$ 960,00	\$ 979,20	\$ 998,78	\$ 1.018,76	\$ 1.039,13
Suministros Varios	\$ 65,00	\$ 780,00	\$ 795,60	\$ 811,51	\$ 827,74	\$ 844,30
TOTAL	\$ 7.653,93	\$ 91.847,21	\$ 100.029,43	\$ 109.009,83	\$ 118.867,81	\$ 129.690,73

6.3.2. Presupuesto de Gastos

GASTOS DE VENTA	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad en Periódico La Revista (Diario El Universo)	\$ 509,00	\$ 6.108,00	\$ 6.230,16	\$ 6.354,76	\$ 6.481,86	\$ 6.611,50
Pagina Web	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Volantes	\$ 120,00	\$ 1.440,00	\$ 1.468,80	\$ 1.498,18	\$ 1.528,14	\$ 1.558,70
Ferias Escolares	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Publicidad en Radio	\$ 14,00	\$ 168,00	\$ 171,36	\$ 174,79	\$ 178,28	\$ 181,85
TOTAL	\$ 943,00	\$ 9.116,00	\$ 9.270,32	\$ 9.427,73	\$ 9.588,28	\$ 9.752,05

6.4. Presupuestos de Costos

6.4.1. Visita al Centro de Entretenimiento

COSTOS DIRECTOS		
DESCRIPCION	MES	ANUAL
Gastos Administrativos	\$ 7.653,93	\$ 91.847,21
Gastos de Venta	\$ 943,00	\$ 11.316,00
TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$ 8.596,93	\$ 103.163,21
COSTOS INDIRECTOS		
DESCRIPCION	MES	ANUAL
Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 837,08	\$ 10.044,93
Gastos Financieros	\$ 1.859,69	\$ 22.316,30
TOTAL	\$ 2.696,77	\$ 32.361,23
TOTAL COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS	\$ 11.293,70	\$ 135.524,44
CAPACIDAD INSTALADA (PERSONAS)	\$ 8.310,00	\$ 99.720,00
COSTO UNITARIO	\$ 1,36	\$ 1,36

6.4.2. Costo Caritas Pintadas

COSTOS DIRECTOS		
DESCRIPCION	MES	ANUAL
Maquillaje en acuarela	\$ 20,00	\$ 240,00
Pinceles	\$ 10,00	\$ 120,00
Marcadores, esponjas, polvos	\$ 40,00	\$ 480,00
TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$ 70,00	\$ 840,00
COSTOS DIRECTOS		
DESCRIPCION	MES	ANUAL
Sueldos y Beneficios - Guía Talleres	\$ 395,23	\$ 4.742,80
TOTAL	\$ 395,23	\$ 4.742,80
TOTAL COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS	\$ 465,23	\$ 5.582,80
CAPACIDAD INSTALADA (PERSONAS)	2400	28800
COSTO UNITARIO	\$ 0,19	\$ 0,19

6.4.3. Costo Alquiler Restaurante

COSTOS DIRECTOS		
DESCRIPCION	MES	ANUAL
Gastos Administrativos	\$ 7.653,93	\$ 91.847,21
Gastos de Venta	\$ 943,00	\$ 11.316,00
TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$ 8.596,93	\$ 103.163,21
COSTOS INDIRECTOS		
DESCRIPCION	MES	ANUAL
Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 837,08	\$ 10.044,93
Gastos Financieros	\$ 1.859,69	\$ 22.316,30
TOTAL	\$ 2.696,77	\$ 32.361,23
TOTAL COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS	\$ 11.293,70	\$ 135.524,44
CAPACIDAD INSTALADA (PERSONAS)	\$ 2.400,00	\$ 28.800,00
COSTO UNITARIO	\$ 4,71	\$ 4,71

6.5. Presupuesto de Ingresos de Venta

MESES	CAPACIDAD	OCUPACION	DEMANDA	VARIACION
Diciembre	8.310	30%	2.493	0,00%
Noviembre	8.310	40%	3.324	33,33%
Octubre	8.310	50%	4.155	25,00%
Septiembre	8.310	60%	4.986	20,00%
Agosto	8.310	65%	5.402	8,33%
Julio	8.310	70%	5.817	7,69%
Julio	8.310	75%	6.233	7,14%
Mayo	8.310	80%	6.648	6,67%
Abril	8.310	85%	7.064	6,25%
Marzo	8.310	93%	7.728	9,41%
Febrero	8.310	96%	7.978	3,23%
Enero	8.310	100%	8.310	4,17%
PROMEDIO MENSUAL	8.310	70%	5.845	10,935%

6.5.1. Proyección de Ventas en el Primer Periodo

PROYECCION DE VENTAS EN EL PRIMER PERIODO

PRODUCTOS/SERVICIOS	PVP	% DEMANDA	% VENTAS	OCUPACION	UNIDADES ABSOLUTAS	VENTAS MENSUAL	VENTAS AÑO 1
ENTRADA							
Entrada niños	\$ 6,00	75%	25%	1.095,88	1.095,88	\$ 6.575,29	\$ 78.903,45
Entrada Adultos	\$ 5,00	75%	25%	1.095,88	1.095,88	\$ 5.479,41	\$ 65.752,88
Entrada 3ra edad	\$ 4,50	75%	25%	1.095,88	1.095,88	\$ 4.931,47	\$ 59.177,59
ACTIVIDADES							
Caritas Pintadas	\$ 2,50	75%	25%	1.095,88	1.095,88	\$ 2.739,70	\$ 32.876,44
TOTAL						\$ 19.725,86	\$ 236.710,35

6.5.2. Proyección de Ventas a Cinco Años

PROYECCION DE VENTAS A CINCO AÑOS

PRODUCTOS/SERVICIOS	VENTAS AÑO 1	VENTAS AÑO 2	VENTAS AÑO 3	VENTAS AÑO 4	VENTAS AÑO 5
ENTRADA					
Entrada niños	\$ 78.903,45	\$ 88.371,86	\$ 98.976,49	\$ 110.853,67	\$ 124.156,11
Entrada Adultos	\$ 65.752,88	\$ 73.643,22	\$ 82.480,41	\$ 92.378,06	\$ 103.463,42
Entrada 3ra edad	\$ 59.177,59	\$ 66.278,90	\$ 74.232,37	\$ 83.140,25	\$ 93.117,08
ACTIVIDADES					
Caritas Pintadas	\$ 32.876,44	\$ 36.821,61	\$ 41.240,20	\$ 46.189,03	\$ 51.731,71
TOTAL VENTAS	\$ 236.710,35	\$ 265.115,59	\$ 296.929,46	\$ 332.561,00	\$ 372.468,32

6.6. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectoado

Estado de Perdidas y Ganancias Proyectoado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>Ingresos</u>					
Ventas Totales	\$ 236.710,35	\$ 265.115,59	\$ 296.929,46	\$ 332.561,00	\$ 372.468,32
<u>Ingresos Operacionales</u>					
Alquiler Restaurante	\$ 3.000,00	\$ 3.060,00	\$ 3.121,20	\$ 3.183,62	\$ 3.247,30
TOTAL INGRESOS	\$ 239.710,35	\$ 268.175,59	\$ 300.050,66	\$ 335.744,62	\$ 375.715,61
<u>Costos de Operación</u>					
Materias Primas Directas e Indirectas	\$ 5.582,80	\$ 5.694,46	\$ 5.808,35	\$ 5.924,51	\$ 6.043,00
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 234.127,55	\$ 262.481,14	\$ 294.242,32	\$ 329.820,11	\$ 369.672,61
<u>Gastos de Operación</u>					
Gastos Administrativos	\$ 91.847,21	\$ 100.029,43	\$ 109.009,83	\$ 118.867,81	\$ 129.690,73
Gastos de Ventas	\$ 9.116,00	\$ 9.270,32	\$ 9.427,73	\$ 9.588,28	\$ 9.752,05
Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 10.044,93	\$ 10.044,93	\$ 10.044,93	\$ 9.531,60	\$ 9.531,60
Total Gastos de Operación	\$ 111.008,14	\$ 119.344,68	\$ 128.482,48	\$ 137.987,68	\$ 148.974,37
Utilidad/Perdida Operacional	\$ 123.119,41	\$ 143.136,45	\$ 165.759,84	\$ 191.832,43	\$ 220.698,24
<u>Gastos Financieros</u>					
Intereses Pagados	\$ 22.316,30	\$ 20.937,00	\$ 19.393,04	\$ 17.664,78	\$ 15.730,21
Utilidad Antes de Participación	\$ 100.803,11	\$ 122.199,46	\$ 146.366,79	\$ 174.167,65	\$ 204.968,03
Participación Utilidades	\$ 15.120,47	\$ 18.329,92	\$ 21.955,02	\$ 26.125,15	\$ 30.745,20
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 85.682,64	\$ 103.869,54	\$ 124.411,78	\$ 148.042,50	\$ 174.222,83
Impuesto a la Renta	\$ 21.420,66	\$ 25.967,38	\$ 31.102,94	\$ 37.010,62	\$ 43.555,71
Utilidad/Perdida Neta	\$ 64.261,98	\$ 77.902,15	\$ 93.308,83	\$ 111.031,87	\$ 130.667,12

6.7. Balance General Final Proyectado

Balance General Final Proyectado

ACTIVOS	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja/Bancos	\$ 35.665,70	\$ 97.038,72	\$ 172.051,91	\$ 260.927,83	\$ 365.285,19	\$ 487.343,23
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 35.665,70	\$ 97.038,72	\$ 172.051,91	\$ 260.927,83	\$ 365.285,19	\$ 487.343,23
ACTIVOS FIJOS						
Muebles de Oficina	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Mobiliario de Operacion	\$ 2.363,00	\$ 2.363,00	\$ 2.363,00	\$ 2.363,00	\$ 2.363,00	\$ 2.363,00
Equipos de Oficina	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00
Equipos de Computacion	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00
Equipos de Operacion	\$ 5.419,15	\$ 5.419,15	\$ 5.419,15	\$ 5.419,15	\$ 5.419,15	\$ 5.419,15
Otros Equipos de Operacion	\$ 8.846,00	\$ 8.846,00	\$ 8.846,00	\$ 8.846,00	\$ 8.846,00	\$ 8.846,00
Edificaciones y Otras Construcciones	\$ 96.675,64	\$ 96.675,64	\$ 96.675,64	\$ 96.675,64	\$ 96.675,64	\$ 96.675,64
Terreno	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00
(-) Depreciacion Acumulada	0	\$ (7.403,93)	\$ (14.807,86)	\$ (22.211,79)	\$ (29.102,39)	\$ (35.992,99)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 238.783,79	\$ 231.379,86	\$ 223.975,93	\$ 216.572,00	\$ 209.681,40	\$ 202.790,81
ACTIVOS INTANGIBLES						
Gastos de Pre-Operacion	\$ 15.705,00	\$ 15.705,00	\$ 15.705,00	\$ 15.705,00	\$ 15.705,00	\$ 15.705,00
(-) Amortizacion Acumulada	0	\$ (3.141,00)	\$ (6.282,00)	\$ (9.423,00)	\$ (12.564,00)	\$ (15.705,00)
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 15.705,00	\$ 12.564,00	\$ 9.423,00	\$ 6.282,00	\$ 3.141,00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 290.154,49	\$ 341.482,58	\$ 406.450,84	\$ 485.281,83	\$ 580.107,59	\$ 692.634,03
PASIVOS						
PASIVOS A LARGO PLAZO						
Prestamo Bancario	\$ 202.154,49	\$ 189.220,60	\$ 176.286,71	\$ 161.808,86	\$ 145.602,75	\$ 127.462,07
TOTAL DE PASIVOS	\$ 202.154,49	\$ 189.220,60	\$ 176.286,71	\$ 161.808,86	\$ 145.602,75	\$ 127.462,07
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 88.000,00	\$ 88.000,00	\$ 88.000,00	\$ 88.000,00	\$ 88.000,00	\$ 88.000,00
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 64.261,98	\$ 77.902,15	\$ 93.308,83	\$ 111.031,87	\$ 130.667,12
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 64.261,98	\$ 142.164,14	\$ 235.472,97	\$ 346.504,84
TOTAL PATRIMONIO	\$ 88.000,00	\$ 152.261,98	\$ 230.164,14	\$ 323.472,97	\$ 434.504,84	\$ 565.171,96
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 290.154,49	\$ 341.482,58	\$ 406.450,84	\$ 485.281,83	\$ 580.107,59	\$ 692.634,03

6.8. Flujo de Caja Proyectado

Flujo de Caja Proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES						
Ventas		\$ 239.710,35	\$ 268.175,59	\$ 300.050,66	\$ 335.744,62	\$ 375.715,61
Total Ingresos Operacionales	\$ -	\$ 239.710,35	\$ 268.175,59	\$ 300.050,66	\$ 335.744,62	\$ 375.715,61
EGRESOS OPERACIONALES						
Costos de Operación		\$ 5.582,80	\$ 5.694,46	\$ 5.808,35	\$ 5.924,51	\$ 6.043,00
Gastos Administrativos		\$ 91.847,21	\$ 100.029,43	\$ 109.009,83	\$ 118.867,81	\$ 129.690,73
Gastos de Venta		\$ 9.116,00	\$ 9.270,32	\$ 9.427,73	\$ 9.588,28	\$ 9.752,05
Total Egresos Operacionales	\$ -	\$ 106.546,01	\$ 114.994,21	\$ 124.245,90	\$ 134.380,60	\$ 145.485,78
FLUJO OPERACIONAL	\$ -	\$ 133.164,34	\$ 153.181,38	\$ 175.804,77	\$ 201.364,02	\$ 230.229,84
INGRESOS NO OPERACIONALES						
Préstamo Bancario	\$ 202.154,49	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Fondos Propios	\$ 88.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Ingresos no operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Ingresos No Operacionales	\$ 290.154,49	\$ -				
EGRESOS NO OPERACIONALES						
Inversión Fija	\$ 238.783,79					
Inversión Diferida	\$ 15.705,00					
Inversión Corriente	\$ 35.665,70					
Pago de Capital de Préstamo		\$ 12.933,89	\$ 12.933,89	\$ 14.477,85	\$ 16.206,11	\$ 18.140,68
Pago de Intereses de Préstamo		\$ 22.316,30	\$ 20.937,00	\$ 19.393,04	\$ 17.664,78	\$ 15.730,21
Participaciones de Utilidades		\$ 15.120,47	\$ 18.329,92	\$ 21.955,02	\$ 26.125,15	\$ 30.745,20
Impuesto a la Renta		\$ 21.420,66	\$ 25.967,38	\$ 31.102,94	\$ 37.010,62	\$ 43.555,71
Total Egresos No Operacionales	\$ 290.154,49	\$ 71.791,32	\$ 78.168,19	\$ 86.928,85	\$ 97.006,66	\$ 108.171,80
FLUJO NO OPERACIONAL	\$ -	\$ (71.791,32)	\$ (78.168,19)	\$ (86.928,85)	\$ (97.006,66)	\$ (108.171,80)
FLUJO DE CAJA NETO	\$ -	\$ 61.373,02	\$ 75.013,19	\$ 88.875,91	\$ 104.357,36	\$ 122.058,04

6.9. Evaluación Financiera del Proyecto

6.9.1. Cálculo de la Tasa de Descuento

TASA DE DESCUENTO INVERSIONISTAS

INFLACION	4,10%
PRIMA RIESGO	7,95%
TASA DE DESCUENTO	12,38%

6.8.2. Cálculo del Costo Capital Promedio Ponderado

CALCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL

FUENTE	INVERSION	PESO	TASA	PONDERACION
FONDOS PROPIOS	\$ 88.000,00	30%	12,38%	3,754%
FINANCIAMIENTO	\$ 202.154,49	70%	11,33%	7,894%
TMAR				11,65%

6.9.3. Análisis de TIR y VAN

TMAR	11,65%
TIR	14,83%
VAN	\$26.373,34

6.9.4. Cálculo del Punto de Equilibrio

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	
DESCRIPCION	PROMEDIO
COSTOS FIJOS	\$ 129.159,47
COSTOS VARIABLES	\$ 5.810,62
P.V.P.	\$ 6,00
VENTAS	\$ 303.879,37
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 0,06
UNIDADES FISICAS	99.720
PUNTO EQUILIBRIO (UNIDADES FISICAS)	21.737,69
PUNTO EQUILIBRIO (UNIDADES MONETARIAS)	\$ 130.426,11
% RELACION P.E./VENTAS	42,92%

COMPROBACION PUNTO EQUILIBRIO	
VENTAS	\$ 130.426,11
COSTO DE VENTAS	\$ 1.266,64
UTILIDAD BRUTA	\$ 129.159,47
COSTOS FIJOS	\$ 129.159,47
UTILIDAD NETA	\$ -

6.9.5. Análisis de los Indicadores Financieros

	2012	2013	2014	2015	2016	Promedio
Indice de Liquidez						
Liquidez Corriente	0,51	0,98	1,61	2,51	3,82	1,89
Indice de Gestion						
Impacto Gastos	46,31%	44,50%	42,82%	41,10%	39,65%	42,88%
Carga Financiera	9,31%	7,81%	6,46%	5,26%	4,19%	6,61%
Rotacion de Activos Fijos	1,04	1,20	1,39	1,60	1,85	1,41
Rotacion de Ventas	0,70	0,66	0,62	0,58	0,54	0,62
Indice de Endeudamiento						
Endeudamiento Activo	55,5%	43,5%	33,4%	25,2%	18,5%	35,21%
Endeudamiento Patrimonial	1,24	0,77	0,50	0,34	0,23	0,61
Endeudamiento del Activo Fijo	0,66	1,03	1,49	2,07	2,79	1,61
Apalancamiento	2,24	1,76	1,50	1,33	1,22	1,61
Indice de Rentabilidad						
Rentabilidad Neta	26,81%	29,05%	31,10%	33,07%	34,78%	30,96%

6.9.6. Análisis de Sensibilidad

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES						
Ventas		\$ 239.710,35	\$ 268.175,59	\$ 300.050,66	\$ 335.744,62	\$ 375.715,61
Total Ingresos Operacionales	\$ -	\$ 239.710,35	\$ 268.175,59	\$ 300.050,66	\$ 335.744,62	\$ 375.715,61
EGRESOS OPERACIONALES						
Costos de Operación		\$ 5.582,80	\$ 5.694,46	\$ 5.808,35	\$ 5.924,51	\$ 6.043,00
Gastos Administrativos		\$ 91.847,21	\$ 100.029,43	\$ 109.009,83	\$ 118.867,81	\$ 129.690,73
Gastos de Venta		\$ 9.116,00	\$ 9.270,32	\$ 9.427,73	\$ 9.588,28	\$ 9.752,05
Total Egresos Operacionales	\$ -	\$ 106.546,01	\$ 114.994,21	\$ 124.245,90	\$ 134.380,60	\$ 145.485,78
FLUJO OPERACIONAL	\$ -	\$ 133.164,34	\$ 153.181,38	\$ 175.804,77	\$ 201.364,02	\$ 230.229,84
INGRESOS NO OPERACIONALES						
Préstamo Bancario	\$ 202.154,49	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Fondos Propios	\$ 88.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Ingresos no operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Ingresos No Operacionales	\$ 290.154,49	\$ -				
EGRESOS NO OPERACIONALES						
Inversión Fija	\$ 238.783,79					
Inversión Diferida	\$ 15.705,00					
Inversión Corriente	\$ 35.665,70					
Pago de Capital de Préstamo		\$ 11.554,59	\$ 12.933,89	\$ 14.477,85	\$ 16.206,11	\$ 18.140,68
Pago de Intereses de Préstamo		\$ 22.316,30	\$ 20.937,00	\$ 19.393,04	\$ 17.664,78	\$ 15.730,21
Participaciones de Utilidades		\$ 15.120,47	\$ 18.329,92	\$ 21.955,02	\$ 26.125,15	\$ 30.745,20
Impuesto a la Renta		\$ 21.420,66	\$ 25.967,38	\$ 31.102,94	\$ 37.010,62	\$ 43.555,71
Total Egresos No Operacionales	\$ 290.154,49	\$ 70.412,02	\$ 78.168,19	\$ 86.928,85	\$ 97.006,66	\$ 108.171,80
FLUJO NO OPERACIONAL	\$ -	\$ (70.412,02)	\$ (78.168,19)	\$ (86.928,85)	\$ (97.006,66)	\$ (108.171,80)
FLUJO DE CAJA NETO	\$ -	\$ 62.752,32	\$ 75.013,19	\$ 88.875,91	\$ 104.357,36	\$ 122.058,04

VARIABLE	ESCENARIO	
	OPTIMISTA	PESIMISTA
VENTAS	10,00%	-10,00%
COSTOS	-10,00%	10,00%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-10,00%	10,00%
GASTOS DE VENTA	-10,00%	10,00%
INVERSION	-10,00%	10,00%

VARIABLE	ESCENARIO			
	TIR OPTIMISTA	VAN OPTIMISTA	TIR PESIMISTA	VAN PESIMISTA
VENTAS	27,12%	\$ 139.714,51	2,14%	\$ (75.626,87)
COSTOS	15,68%	\$ 34.145,13	15,20%	\$ 29.942,52
GASTOS ADMINISTRATIVOS	19,51%	\$ 68.182,76	11,21%	\$ (4.095,11)
GASTOS DE VENTA	15,84%	\$ 35.508,82	15,04%	\$ 28.578,82
INVERSION	19,56%	\$ 62.094,45	11,91%	\$ 1.993,19

VI. COCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El estudio permite determinar que el servicio a ofrecer es un complemento a la enseñanza impartida en las aulas de clase de los niños de Enseñanza Básica de escuelas y jardines particulares de la ciudad de Guayaquil, el mismo que les permitirá conocer, respetar y convivir con la naturaleza mediante la interacción directa con plantas y animales.

Asignar los recursos necesarios para la implementación del proyecto, pues los análisis realizados desde el punto de vista económico, técnico, institucional y financiero, reflejan que el proyecto es viable.

Realizar promociones directamente acudiendo a las escuelas para promocionar el servicio, a personas particulares con niños pequeños.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barcelona VV.AA. (2008): *Planificar la etapa 0-6 años*.

Editorial: Grao Barcelona. Recuperado de:
<http://www.casadelibro.com/libro-planificar-la-etapa-0-6-compromiso-de-sus-agentes-y-practica-cotidiana/9788478275045/1155395>

Chero Valdiviezo, E. (2009), *Teorías Conductuales de Albanco*.

Recuperado de: pi.ning.com/.../TEORIASCONDUCTUALESDEAPRENDIZAJE.pdf

Eliseo Palau, (2004): *Aspectos básicos del desarrollo infantil*.

Ed: Ceac. Recuperado de: http://books.google.com.ec/books/about/Aspectos_B%C3%A1sicos_Del_Desarrollo_Infanti.html?id=lkupHJydSUIC&redir_esc=y

Granja Didáctica San Martín, (2001). Recuperado de:

<http://www.granjasanmartin.com.mx/>

La Granjita Feliz del Huerto Don Torcuato, Recuperado de:

<http://www.lagranjitafeliz.com/web.html>

Ministerio de Educación Nacional, (2010), "*Colombia Aprende*",

Recuperado de: www.colombiaaprende.edu.co/html/.../1600/fo-del-articulo-88561.pdf

VIII. BIBLIOGRAFÍAS

Salas Luzuriaga, E. (2010). *Diseño de un Programa Piloto Ecológico para Ecuador TV en la Ciudad de Guayaquil*. Recuperado de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10522/1/FINA20TESIS.pdf>

Pantoja, A (1997). *Sujetos, Actores y Procesos de Formación*. Recuperado de: <http://www.publicaciones.ipn.mx/WPS/WCM/ONNECT/F9CEAF00423B418A2C1BFB785255C08A/14233BCD.PDF?MOD=AJPERES>

Luna, Ma. & Bustos, M. (2006). *Tres dimensiones para Analizar la práctica educativa. Cultura y Educación*. Recuperado de: http://campus.usal.es/~aiape/practica_educativa.html

Ponce M. (2009). *De de material lúdico para niños durante las actividades en una granja educativa*. Recuperado de: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/3938>

(Dankhe,1986). *Definición del tipo de Investigación a Realizar: Básicamente exploratoria, descriptiva, correlacional explicativa*. Recuperado de: http://www.iupuebla.com/Doctorado/Docto_derecho/Material_profe/g2t/Metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf

Greig (1983) . *De la Herencia Cotidiana al Tesoro Perdido: Nuevos Desafíos en la Educación Ambiental para la Conservación de la Biodiversidad*. Recuperado de:

<http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/articulosdeopinion/2002>

Lesende Resúa, R. (2011). El juego en Educación Infantil. Recuperado de:
http://www.techtraining.es/revista/numeros/PDF/2011/revista_32/13.pdf

Linaza, J.L., (2011). Teoría y Práctica de los Juegos Motores. Recuperado
http://books.google.com.ec/booksid=NIs9USFWBI4C&pg=PA115&lpg=PA115&dq=Linaza+J.L.+juego&source=bl&ots=fNH1c8qiTe&sig=1_E5ewYCGI1AXRUFmFhh7YnLvE&hl=es419&sa=X&ei=9TUcULnuI4Gf6QG P2oHoBw&ved=0CFgQ6AEwAQ#v=onepage&q=Linaza%20J.L.%20juego&f=false

Ortega Ruiz, R., (2011). El Juego y el Desarrollo Infantil. Recuperado de:
http://www.anpebadajoz.es/autodidacta/autodidacta_archivos/numero_3_archivos/i_l_chamorro.pdf

Torres Santomé, J., (2011). Educación para el desarrollo y reforma educativa. Problemas y Estrategias. Recuperado de:
http://www.bantaba.ehu.es/lab/files/view/JurjoTorres.pdfrevision_id=62873&package_id=31771

Minerva Torres, C. (2007). El Juego como estrategia de aprendizaje en el aula. Recuperado de:
<http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/16668/1/juegoaprendizaje.pdf>

- Marín, I., (2011). El Juego como actividad conductora. Recuperado de:
<http://es.scribd.com/doc/60194754/3/El-juego-como-actividad-conductora>
- Minerva Torres, C., (2007). El Juego como estrategia de aprendizaje en el aula. Recuperado de:
http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/16668/1/juego_aprendizaje.pdf
- Costa Ferrer, M., (2011). El juego y el juguete en la educación infantil. Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/48043203/el-juego-y-el-juguete-educación-infantil>
- Lee, (1977). El Juego en el medio escolar. Recuperado de:
http://www.uclm.es/ab/educacion/ensayos/pdf/revista15/15_17.pdf
- Eisen, G., (1994). Aprender y Jugar Actividades educativas mediante el Material Lúdico-didáctico. Recuperado de:
<http://books.google.com.ec/books?id=QhxhZuJ9ehgC&pg=PA285&lpg=PA285&dq=Eisen+G+1994&source=bl&ots=jdZ2v5EZFE&sig=n7bVsTBbcNtXhB0ZP8PZ24JleY&hl=es419&sa=X&ei=pjscUKqxJsLC6wHckICQAQ&sqi=2&ved=0CGIQ6AEwAQ#v=onepage&q=Eisen%2C%20G%201994&f=false>
- Bettelheim, B., (2007). *The claims of Parenting, Reasons, responsibility and society*. Recuperado de: http://books.google.com.ec/books?id=EPI1-aDSjoEC&pg=PA85&lpg=PA85&dq=Bruno+Bettelheim+2007++Good+Enough+PaflOUrO92hA&sig=_a6FsdajoV0cOx5la9R87ePForY

9sa=X&ei=HT0cUILCNof06AGN8
4Ew&ved=0CGUQ6AEwAjgK#v=onepa
ge&q=Bruno%20Bettelheim%202007%20
%20Good%20Enough%20Parent&f=false

Lianza, J.L (2011). *Jornada sobre Desafíos del Juguete*. Recuperado de:
[www.daletiempoaljuego.com/juguetes/
.../i_jornadas_sobre_desafios](http://www.daletiempoaljuego.com/juguetes/.../i_jornadas_sobre_desafios)

Lesende Resúa, R. (2011). *El juego en la educación infantil*. recuperado de:
[www.techtraining.es/revista/numeros/PDF/
2011/revista_32/13.pdf](http://www.techtraining.es/revista/numeros/PDF/2011/revista_32/13.pdf)

Piaget, J. (1955). *El Juego en el desarrollo infantil* Recuperado de :
[http://www.mcgraw-hill.es/bcv/g
uide/capitulo/8448171519.pdf](http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448171519.pdf)

Greenleaf, R. (2009). *Liderar el aprendizaje dentro y fuera de la escuela*.
recuperado d [http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrci
=s&source=web&cd=9&sq](http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrci=s&source=web&cd=9&sq)

Ferrell (2002). *Estrategias del Marketing*. Recuperado de:
[http://books.google.com.ec/books/about/Estrateg%C3%
ADa_de_marketing.html?id=xC4DAAAACAAJ&redir_esc=y](http://books.google.com.ec/books/about/Estrateg%C3%ADa_de_marketing.html?id=xC4DAAAACAAJ&redir_esc=y)

Ventura, j (2008), *Análisis Estratégicos de la Empresa*. Recuperado de:
[http://books.google.com.ec/books
id=geR_9VTPOM4C&pg=PA
138&lpg=PA138&dq=Porter+1982+libro+cin
co+fuerzas&source=bl&ots=k1xzfZ0WA&sig=j
nelautBHMztloSS_3PXhutK9sk&hl=es419&sa=](http://books.google.com.ec/books?id=geR_9VTPOM4C&pg=PA138&lpg=PA138&dq=Porter+1982+libro+cinco+fuerzas&source=bl&ots=k1xzfZ0WA&sig=jnelautBHMztloSS_3PXhutK9sk&hl=es419&sa=)

X&ei=_0McULuMKKO46Wh KzIHgBg&ved=0CFMQ6AEw AT
gU&q=Porter%2C%201982%20libro%2
0cinco%20fuerzas&f=false

Tufte, T (2011). *Trazos de una otra comunicación en América Latina*. Recuperado
de: [http://es.scribd.com/doc /61465272
/Trazos-de-la-otra-comunicacion- en- America-Latina](http://es.scribd.com/doc/61465272/Trazos-de-la-otra-comunicacion-en-America-Latina)

UNESCO.org Recuperado el 15 Julio de 2012 de [http://portal.unesco.org/es/
ev.phpURL_ID=29011&URL_DO=DO_
TOPIC&URL_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.phpURL_ID=29011&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

Boada, D. & Escalona, J. (2005). *Enseñanza de la Educación Ambiental en El Ambito Mundial*. recuperado de:
<http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid>

ANEXOS

**ANEXO No. 1
ENCUESTA**

Es sobre una granja para niños de 1 a 12 años de edad que combina el juego con el aprendizaje por lo cual nos gustaría conocer su opinión mediante las siguientes preguntas

Edad:

Sexo:

Sector:_____ Norte Centro Sur

1. ¿Es usted una persona con hijos entre 1 y 12 años de edad?

Si No

Si su respuesta es NO, concluye la encuesta

2. ¿Qué edad tienen sus hijos?

0-2 3-6 7-12 Más de 13

3. ¿A qué sitio de entretenimiento lo lleva a su hijo?

Centro comerciales Lugares al aire libre
Lugares turísticos Parques de diversiones
Otros_____

4. ¿Cuántas veces al año realiza actividades como esta?

1 vez a la semana 1 vez al año
2 veces a la semana 2 o más veces al año
1 vez al mes

5. ¿Llevaría a su hijo a una granja donde podrá convivir con animales domésticos y aprender lo que produce cada animal?

Definitivamente lo llevaría Probablemente no lo
Probablemente lo llevaría llevaría
Quizás Definitivamente no lo
llevaría

6. Cuándo se trata de llevar a su hijo a un lugar de entretenimiento, ¿qué factores considera importante? Enumere del 1 al 5, siendo 5 el de mayor importancia.

	1	2	3	4	5
Seguridad	<input type="checkbox"/>				
Ubicación	<input type="checkbox"/>				
Precio	<input type="checkbox"/>				
Ambiente	<input type="checkbox"/>				
Tamaño	<input type="checkbox"/>				

7. ¿Quién considera usted que debería pagar la entrada?

Solo niños Adultos y niños

8. ¿Cuál es el valor que estaría dispuesto a pagar por los niños?

\$8,00-\$10,00 \$14,00-\$16,00
 \$11,00-\$13,00 Otro valor _____

9. ¿Cuál es el valor que estaría dispuesto a pagar por adultos a la granja interactiva?

\$4,00-\$6,00 \$10,00-\$12,00
 \$7,00-\$9,00 Otro valor _____

10. ¿Qué animales le gustaría encontrar en la granja interactiva?

Varias opciones de selección

Patos	<input type="checkbox"/>	Vacas	<input type="checkbox"/>
Gallinas	<input type="checkbox"/>	Palomas	<input type="checkbox"/>
Loros	<input type="checkbox"/>	Caballos	<input type="checkbox"/>
Chivos		Cerdos	<input type="checkbox"/>
Pavos			

ANEXO No. 2
ENTREVISTA PARA EL EDUCADOR

Nombre:

Sexo: Femenino

Dedicación: Educadora de párvulos

- 1. ¿Considera usted necesario, llevar al niño a paseos fuera de la institución educativa? ¿Por qué?**

Si, ya que el niño puede conocer otros ambientes, puede aprender a comportarse en otros lugares fuera de la institución.

- 2. ¿Cuáles son los lugares que las instituciones suelen escoger para llevar a los niños de paseo? ¿Por qué?**

Zoológicos, para que los niños puedan mirar la fauna, parques para que puedan ver las plantas y experimenten, museos, para que puedan aprender historia.

- 3. ¿Cuáles son los factores o características que toma en cuenta al momento de elegir un lugar para llevar a un niño?**

Para que el lugar sea seguro, que haya un guía, que este en buenas condiciones.

- 4. ¿Cómo realizan este procedimiento? ¿Entre el docente o también con los padres de familia?**

Solamente con docentes porque se lleva una planificación mes a mes donde se puede analizar estos factores.

5. ¿En qué mes del año se organizan visitas a lugares educativos como museos, zoológicos, manglares?

En los meses de junio-julio-diciembre- noviembre, donde los niños van aprendiendo de la materia.

6. ¿Cuántas veces al año se suele visitar estos lugares?

Tres veces al año se suele dar un paseo como estos, para que los niños se distraigan un poco y puedan conocer un poco más de lo que se les enseña dentro de las aulas de clase.

7. ¿Cuál es la edad necesaria del niño para que visiten estos lugares?

La edad necesaria para que el niño asista a estos lugares es considerable de 5-12 años de edad, ya que el niño se encuentra más consiente y es donde se puede tener más control a las salidas del plantel.

8. ¿Qué opina usted acerca de llevar a los niños a una granja para que interactúen con animales domésticos y de esta manera aprendan los productos que provienen de ellos?

Me parece una idea muy buena, ya que no solo aprenden de forma teórica, sino que es más práctico, ellos pueden interactuar con los animales en algunas actividades y es una mejor forma de aprendizaje.

Estefanía Mishel García Carranza



Información

Estado civil: Soltera
Nacionalidad: Ecuatoriana
Edad: 20 años
Cédula de Identidad: 0927069096
Lugar de nacimiento: Guayaquil
Dirección: Samanes I Mz. 144 V 2
E-mail: mishelgarcia@hotmail.com
Teléfono: 2210981 – 089806557

Educación

Primaria: Unidad Educativa Santa Marianita de Jesús
Secundaria : Unidad Educativa María Auxiliadora
Bachiller: Comercio y Administración
Especialización: Administración Empresarial Bilingüe
Superior: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
Carrera: Gestión Empresarial Internacional
Trilingüe
Séptimo Semestre

Premios Recibidos

Beca de Licenciatura en Economía y Gestión en Francia
Universidad de Toulouse I de Francia (No tomada)
Diploma de Plata y Diploma de Bronce
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Idiomas

Inglés: escrito y hablado
Centro Ecuatoriano Norteamericano
Francés: escrito y hablado
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Experiencia

RTS Prácticas Empresariales

Referencias

Patricia Páez de Núñez : Jefe de Crédito y Cobranza
Poligráfica - 2599600 Ext. 116

Lic. Zayda Loor : Coordinadora de Ventas
Poligráfica - 2599600

Públicas Arq. Virginia Cedeño.: Jefe de Auditoria de Obras
M.I. Municipio de Guayaquil
2599100 Ext: 2431

ANA VALERIA CUMBA MORÁN
vale_cumba@hotmail.com
2387759/ 097412086



DATOS PERSONALES

Lugar y Fecha de Nacimiento: Guayaquil, Noviembre 14, 1987
Estado Civil: Soltera
Cédula: 0925518607
Dirección: Ilanes #512 y calle 2da (Urdesa)

ESTUDIOS REALIZADOS

Primaria - Colegio Alemán Humboldt Guayaquil, Año 2000
Secundaria - Colegio Alemán Humboldt Guayaquil, Año 2004
Bachiller Técnico en Comercio y Administración, Especialización Informática
- Unidad Educativa Santiago Mayor, Año 2007
Superior - Universidad Católica Santiago de Guayaquil
Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional, Mención en Negociación
Internacional - Facultad de Ciencias Económicas, Egresada 2011

IDIOMAS

Español - lengua materna
Inglés - nivel intermedio
Francés - nivel intermedio
Alemán - nivel intermedio

PRÁCTICAS EMPRESARIALES

Pasantías Empresariales: Corporación de Promoción de Exportaciones e
Importaciones CORPEI, área de Sistemas, Febrero – Marzo 2006
Pasantías Empresariales: Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-
Alemana (AHK Guayaquil), áreas de Administración, Socios y Eventos, Mayo
– Octubre 2011

EXPERIENCIA LABORAL

New Talent S.A. Representante de HYLE Alemania y TOWNECRAFT Estados
Unidos, área Comercial, puesto: asesor Comercial, Mayo 2012 – Julio 2012
(freelance)

Las Fragancias Cía. Ltda, área de Marketing, puesto: asistente de Marketing,
Julio 2012 - Actualmente

MANEJO DE UTILITARIOS

- Microsoft Office: Word, Excel, Power Point, Outlook, Access, Publisher, Project
- Corel Draw Graphics Suite 12: Corel Draw, Corel Photo Paint, Corel R.A.V.E
- Visual Basic 6
- Illustrator CS4
- Photoshop CS4
- Internet

CURSOS O/Y SEMINARIOS REALIZADOS

- Comunicación y Marcas Programa de Capacitación Colegial Integrado Profits & Business Consulting, Septiembre 2004, Ing. Eduardo Reinoso N.
- Etiqueta en la Gastronomía Desarrollo del Capital Humano: La Nobleza del Servicio, Mayo 2008, Ma. Gabriela Rendón Samaniego
- ¿Cómo romper el muro de la pobreza? , Federación Interamericana Empresarial, Noviembre 2009, Ing. Joyce de Ginatta - Ing. Giovanni Ginatta
- Estudios Ambientales: Los Beneficios para la Empresa, Consultora Ambiental Ecosambito, Febrero 2010, Ing. Bolívar Coloma
- VI Encuentro Académico y de Negocios G.E.I. – UCSG, Ganador Primer Lugar "Gestor Senior", Agosto 2010
- Herramientas de Diseño: curso intensivo de Illustrator y Photoshop, ITSU Tecnológico de Arte y Comunicación, Mayo 2012, Lcda. Sonia Rosero de Chavarria Rectora

REFERENCIAS

Ing. Juseth Vallejo, AHK Guayaquil 097319050
Ing. Sandra Mora 087182163

ANEXO No. 5

Uso de tecnología en Ecuador



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), (2011), *Infografía*. Recuperado de uso_tecnología.pdf

ANEXO No. 6 CANTIDAD DE NIÑOS EN GUAYAQUIL

Edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
0	132.183	127.774	259.957
1	152.174	145.674	297.848
2	152.184	147.721	299.905
3	153.829	148.202	302.031
4	153.935	148.601	302.536
5	146.130	141.621	287.751
6	150.684	146.349	297.033
7	155.573	151.168	306.741
8	161.547	157.491	319.038
9	159.956	156.287	316.243
10	172.793	165.576	338.369
11	160.469	155.885	316.354
12	145.896	139.537	285.433
Total	1.997.353	1.931.886	3.929.239

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), (2010), *Características de los Niños en Ecuador*. Recuperado de presentación.pdf

ANEXO No. 7 PUBLICIDAD EN RADIO

EL UNIVERSO



CITYNOTICIAS								
Lunes a Viernes de 07:00 a 08:00 / 08:00 a 9:00 (son 2 emisiones)								
Precio Mensual	Paquete A	Paquete B	Paquete C	Paquete D	Cuñas CityNoticias			
	\$2,400.00	\$2,000.00	\$1,500.00	\$1,200.00	15"	20"	30"	40"
Contenido	Presentación y Despedida	Presentación y Despedida	Auspicio sección (Citynoticias)	2 Cuñas en Citynoticias	\$13.00	\$23.00	\$25.00	\$27.00
	5 Cuñas en Citynoticias	3 Cuñas en Citynoticias	2 Cuñas en Citynoticias	1 Cuña rotativa				
		3 Cuñas rotativas	2 Cuñas rotativas		(costo unitario)			

MARCADOR						
lunes a viernes de 12h00 a 13h00						
Precio Mensual	PAQUETE A	PAQUETE B	CAPSULAS MARCADOR	Paquete Digital 1	Cuña	Mención
	\$1,200.00	\$900.00	\$1,300.00	\$ 2,500	30"	30"
Contenido	Presentación y Despedida	1 Auspicio de sección	3 cápsulas (2 rotativas y 1 dentro del programa)	2 mención en vivo	\$11.00	\$18.00
	1 Auspicio de sección	1 mención en vivo	1 Auspicio de sección en el programa	1 cuña (Marcador)		
	2 menciones en vivo	1 cuñas (Marcador)	1 mención en vivo	Botón Fijo (300X60) Deportes en eluniverso.com		
	1 cuñas (Marcador)					
	2 cuñas rotativas	2 cuñas rotativas	NOTA: Cada cápsula consiste de: Auspicio + información de 30" + 1 cuña de 30"	MegaBanner (728x90) en Marcador.ec		
					(costo unitario)	

LA REDSO			
lunes a viernes de 17h00 a 18h00			
Precio Mensual	PAQUETE A	PAQUETE B	PAQUETE C
	\$2,300.00	\$1,000.00	\$550.00
Contenido	Derechos en radio: <ul style="list-style-type: none"> • Presentación y despedida del programa • Auspicio de segmento • 2 menciones en vivo dentro del programa • 2 cuñas de 30" dentro del programa • 3 cuñas rotativas de 30" Derechos en web:	Derechos en radio: <ul style="list-style-type: none"> • Auspicio de segmento • 1 mención en vivo dentro del programa • 1 cuña de 30" dentro del programa • 3 cuñas rotativas de 	Derechos en radio: <ul style="list-style-type: none"> • 2 cuñas de 30" dentro del programa • 2 cuñas rotativas de 30" Derechos en web: <ul style="list-style-type: none"> • Banner cinta en www.laredso.com (960 x

<ul style="list-style-type: none"> • Derecho a ubicar un banner (roll up) en la cabina de donde se transmitirá el programa. Los videos los podrá ver en ww.laredso.com • Product placement en la cabina de donde se transmitirá el programa. Los videos los podrá ver en www.laredso.com • Banner cinta (960 x 50) en www.laredso.com • Banner en www.radiocity.com.ec (rich media expandible / 728 x 90 / 728 x 270) 	30" Derechos en web: <ul style="list-style-type: none"> • Banner cinta en www.laredso.com (960 x 50) 	50)	
		CUÑA 30" Dentro del programa \$14	MENCIÓN 30" Dentro del programa \$25

MICROINFORMATIVOS
\$2,400.00
1 Microinformativo cada hora
(11 por día)
Cada Micro contiene información nacional e internacional
1 Auspicio + 1 cuña de 30 seg

CUÑAS ROTATIVAS					
Lunes a Viernes de 09h00 a 12h00 / 13h00 a 17h00					
Segundos	15"	20"	30"	40"	50"
Precio Unitario	\$ 8.00	\$10.00	\$ 12.00	\$ 14.00	\$ 19.00

Fuente: Diario El Universo, (2012)

ANEXO No.8 FORMATOS Y TARIFAS PARA LA REVISTA

Revista dominical para jóvenes y adultos con temas variados. Presenta artículos de moda, belleza, cocina, decoración, arquitectura, turismo nacional e internacional, recomendaciones en el área de salud, consejos, reportajes para la familia, tecnología y más. Circula los domingos.

Formatos tradicionales	Pag 3	Pag 5	Pag 7	Pag 9	Derecha	Indeterminada	Dentro del especial	Medida
<u>Página completa</u>	\$ 4.463	\$ 4.304	\$ 4.176	\$ 4.134	\$ 4.092	\$ 3.615	\$ 4.113	21,89 cm x 26 cm
<u>Media página horizontal</u>	n/a	n/a	\$ 2.682	\$ 2.661	\$ 2.618	\$ 2.321	\$ 2.639	19,26 cm x 11,22 cm
<u>Media página vertical</u>	n/a	n/a	\$ 2.682	\$ 2.661	\$ 2.618	\$ 2.321	\$ 2.639	9,42 cm x 22,80 cm
<u>Tercio de página horizontal</u>	n/a	n/a	n/a	n/a	\$ 1.622	\$ 1.431	\$ 1.654	19,26 cm x 7,24 cm
<u>Tercio de página vertical</u>	n/a	n/a	n/a	n/a	\$ 1.622	\$ 1.431	\$ 1.654	6,16 cm x 22,80 cm
<u>Cuarto de página horizontal</u>	n/a	n/a	n/a	n/a	\$ 1.124	\$ 996	\$ 1.134	19,26 cm x 5,43 cm
<u>Cuarto de página vertical</u>	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	\$ 996	n/a	9,42 cm x 11,22 cm
<u>Octavo de página</u>	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	\$ 509	n/a	9,42 cm x 5,43 cm



Fuente: Diario El Universo, (2012)

**ANEXO No. 5
MODELO DE NEGOCIO DE LA GRANJA INTERACTIVA**

RED DE ASOCIADOS	ACTIVIDADES CLAVES	PROCESOS DE VALOR	RELACION CON EL CLIENTE	DISTRIBUCIÓN DE MERCADO
<p>¿Quiénes son nuestros socios?</p> <p>Investigación Recursos</p> <p>¿Quiénes son nuestros proveedores claves?</p> <p>AGRIC: Molienda Duro Ponca Cereales económicos Computación</p> <p>¿Qué recursos claves estamos adquiriendo de nuestros proveedores?</p> <p>Servicios y productos de calidad Promoción de productos y servicios que atraen La eliminación de las animas de granja que no están a punto de ser donadas</p> <p>¿Qué es? Múltiples canales de emisión nuestros canales?</p> <p>Creación de un mejor servicio al cliente Brindar un servicio pedagógico, divertido y profesional con el objetivo de llenar las necesidades de padres</p>	<p>¿Qué actividades claves requiere nuestra propuesta de valor?</p> <p>Desarrollo de Políticas dentro de la Granja Interactiva</p> <p>Promoción y Publicidad en escuelas de la UdeC, Casas abiertas Soluciones Problemas: buscamos e solución de problemas para las necesidades madre- padre por los consumidores.</p> <p>RECURSOS CLAVES</p> <p>¿Qué recursos claves requiere nuestra propuesta de valor?</p> <p>Infraestructura adecuada y segura para los niños cumpliendo con las normas básicas exigidas (hidro, electricidad, seguridad en el lugar) junto los animales. Además que los animales que interactúan la granja cubren con todos lo requisitos requeridos para garantizar la salud de los niños.</p> <p>¿Qué canales de distribución requiere?</p> <p>Escuelas Casas Abiertas de las escuelas Ferias y eventos de las escuelas</p> <p>¿Cuál es la relación con los clientes?</p> <p>Los canales que conforman el modelo de negocio interactivo están diseñados para atraer a nuestros futuros clientes de manera que ellos se sientan satisfechos con nuestro personal.</p> <p>¿Cuáles son nuestros ingresos fijos?</p> <p>Entrada a cada persona con tarifas diferenciadas tanto para niños, adultos y grupos Ejercicios de participación El alquiler del restaurante</p>	<p>¿Qué ventajas ofrece el modelo a los clientes? ¿Cómo los niños hacen la visita a la granja interactiva? ¿Qué actividades y educación a través de la interacción con los animales? ¿Qué actividades que atraen a los padres de los niños? ¿Qué actividades que atraen a los profesores? ¿Qué actividades que atraen a los padres de los niños? ¿Qué actividades que atraen a los profesores?</p> <p>¿Qué problemas ayudamos a resolver? En la ciudad de Quipasa, el conocimiento está poco difundido sobre el tema educativo y la falta de información de los padres de los niños sobre la importancia de la educación y el respeto al medio ambiente. Además, la falta de información sobre la importancia de la educación y el respeto al medio ambiente.</p> <p>¿Qué necesidades de clientes se cumplen?</p> <p>Las necesidades que cumplimos son: Diversión Entertainment Educación Ambiental Alimentación Recreación Mantener el mundo</p> <p>¿Qué canales de productos y servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes? ¿Qué canales de productos y servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?</p> <p>Ofrecemos actividades diseñadas acorde a la edad de los clientes desde las más pequeñas hasta las más grandes grupos.</p>	<p>¿Qué tipo de relación existen nuestros clientes? ¿Qué canales de distribución existen? ¿Qué canales de distribución existen? ¿Qué canales de distribución existen?</p> <p>¿Qué relaciones hemos establecido? Para la relación de nuestros clientes hemos diseñado talleres especiales como se mencionan un espacio en el aula o infantil para que los niños puedan observar el desarrollo de la semilla plantada. Además se mencionan actividades a los centros educativos y padres de familia mediante Facebook y otros los novedosos de la granja.</p> <p>¿Cuánto nos cuesta? ¿Cómo se integran en el modelo de negocio a cada cliente? La entrada para los niños es de \$5, los adultos \$10 y los niños mayores \$15. Además de las giras privadas que tendrá un costo de \$25.</p> <p>CANALES</p> <p>¿A través de qué canales vamos a emitir nuestros canales que ofrecemos a ellos?</p> <p>A través de medios electrónicos Y a través de otros (casas abiertas) Alumnos Publicitarios Página Web Y a través de las escuelas</p> <p>¿Cómo podemos llegar a ellos? El sitio Web de la granja interactiva se mantendrá en línea en nuestra página de Facebook como Twitter y Facebook. ¿Cómo se integran nuestros canales? ¿Cuáles canales mejor que los otros? El canal de comunicación más importante es nuestra página web en donde se puede encontrar mayor información y mediante ella recibiremos las preguntas de nuestros clientes. Otro canal de atención directa para el cliente. Cómo podemos integrarnos a la rutina de nuestros clientes? El sitio Web de la granja interactiva se mantendrá en línea en nuestra página de Facebook como Twitter y Facebook. ¿Cómo se integran nuestros canales? ¿Cuáles canales mejor que los otros? El canal de comunicación más importante es nuestra página web en donde se puede encontrar mayor información y mediante ella recibiremos las preguntas de nuestros clientes. Otro canal de atención directa para el cliente. Cómo podemos integrarnos a la rutina de nuestros clientes?</p>	<p>¿Para qué canales estamos considerando? ¿Cuáles canales de distribución existen? ¿Qué canales de distribución existen? ¿Qué canales de distribución existen?</p> <p>¿Cuáles son los canales más importantes?</p> <p>Nuestros canales más importantes son aquellos que se encuentran en la ciudad de Quipasa.</p>
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>¿Cuáles son los costos operativos más importantes?</p> <p>Construcción Publicidad</p> <p>Requisitos claves más costosos</p> <p>Mantenimiento del lugar</p>	<p>¿Cuáles son los costos operativos más importantes?</p> <p>Entrada a cada persona con tarifas diferenciadas tanto para niños, adultos y grupos Ejercicios de participación El alquiler del restaurante</p>	<p>¿Cuáles son los costos operativos más importantes?</p> <p>Entrada a cada persona con tarifas diferenciadas tanto para niños, adultos y grupos Ejercicios de participación El alquiler del restaurante</p>	<p>¿Cuáles son los costos operativos más importantes?</p> <p>Entrada a cada persona con tarifas diferenciadas tanto para niños, adultos y grupos Ejercicios de participación El alquiler del restaurante</p>	<p>¿Cuáles son los costos operativos más importantes?</p> <p>Entrada a cada persona con tarifas diferenciadas tanto para niños, adultos y grupos Ejercicios de participación El alquiler del restaurante</p>
<p>¿Cuáles son los costos operativos más importantes?</p> <p>Entrada a cada persona con tarifas diferenciadas tanto para niños, adultos y grupos Ejercicios de participación El alquiler del restaurante</p>	<p>¿Cuáles son los costos operativos más importantes?</p> <p>Entrada a cada persona con tarifas diferenciadas tanto para niños, adultos y grupos Ejercicios de participación El alquiler del restaurante</p>	<p>¿Cuáles son los costos operativos más importantes?</p> <p>Entrada a cada persona con tarifas diferenciadas tanto para niños, adultos y grupos Ejercicios de participación El alquiler del restaurante</p>	<p>¿Cuáles son los costos operativos más importantes?</p> <p>Entrada a cada persona con tarifas diferenciadas tanto para niños, adultos y grupos Ejercicios de participación El alquiler del restaurante</p>	<p>¿Cuáles son los costos operativos más importantes?</p> <p>Entrada a cada persona con tarifas diferenciadas tanto para niños, adultos y grupos Ejercicios de participación El alquiler del restaurante</p>