



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Escuela de Postgrado en Administración de Empresas

Maestría en Administración de Empresas

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de

Máster en Administración de Empresas

Tema:

PLAN DE NEGOCIOS PARKIDS

Autores:

Ing. Christan Cedeño

Ing. Juan Pablo Romero

Ec. Verónica Vaca

DIRECTOR:

Abg. Francisco Alemán

Guayaquil - Ecuador

Noviembre 2007



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
MÁGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARKIDS

AUTORES:

**ING. CHRISTAN CEDEÑO
ING. JUAN PABLO ROMERO
EC. VERÓNICA VACA**

DIRECTOR:

ABG. FRANCISCO ALEMÁN

**GUAYAQUIL – ECUADOR
NOVIEMBRE 2007**

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
XXII PROMOCIÓN

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

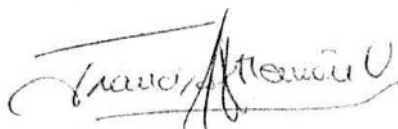
En la ciudad de Guayaquil, a los diecisiete días del mes de noviembre de 2007, en el Aula A1 de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **IDEA DE NEGOCIO: PARKIDS** el Sr. **CHRISTIAN ORLANDO CEDEÑO CEDEÑO**, obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final	Responsable

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: Alexandra Portalanza, Elizabeth Arteaga y Francisco Alemán quienes firman a continuación:


ALEXANDRA PORTALANZA


ELIZABETH ARTEAGA


FRANCISCO ALEMÁN
TUTOR

Daniela A.

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
XXII PROMOCIÓN

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

En la ciudad de Guayaquil, a los diecisiete días del mes de noviembre de 2007, en el Aula A1 de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **IDEA DE NEGOCIO: PARKIDS** el Sr. **JUAN PABLO ROMERO BEJARANO**, obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final	Responsable

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: Alexandra Portalanza, Elizabeth Arteaga y Francisco Alemán quienes firman a continuación:


ALEXANDRA PORTALANZA


ELIZABETH ARTEAGA


FRANCISCO ALEMÁN
TUTOR

Daniela A.

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
XXII PROMOCIÓN

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

En la ciudad de Guayaquil, a los diecisiete días del mes de noviembre de 2007, en el Aula A1 de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **IDEA DE NEGOCIO: PARKIDS** la Srta. **MARÍA VERÓNICA VACA RIVAS**, obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final	Responsable

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: Alexandra Portalanza, Elizabeth Arteaga y Francisco Alemán quienes firman a continuación:


ALEXANDRA PORTALANZA


ELIZABETH ARTEAGA


FRANCISCO ALEMÁN
TUTOR

Tabla de Contenido

RESUMEN EJECUTIVO.....	1
ANÁLISIS DEL MERCADO.....	2
ANÁLISIS DEL SECTOR Y LA COMPAÑÍA.....	2
Presentación de la empresa y el servicio.....	2
Diagnóstico estructural del sector y posibilidades de crecimiento	3
ESTADO DEL SECTOR.....	4
Barreras especiales de ingreso o salida de negocios en el sector.....	5
Rivalidad existente entre los competidores.....	5
Análisis de Competidores Potenciales	6
Poder de negociación de proveedores.....	7
Poder de negociación de clientes	7
Amenaza de ingreso de servicios sustitutos.....	7
Amenaza de ingreso de nuevos negocios.....	8
SERVICIO	9
Descripción detallada del servicio que se va a vender.....	9
Análisis de los Productos de la Competencia	9
Competidores	9
Patentes o condiciones de secreto industrial.....	11
Productos o servicios posibles como complementos o derivados del actual	11
CLIENTES.....	14
Tipo de compradores potenciales, segmentados por actividad, edad, sector, nivel, ubicación, ingresos, etc.	14

Demanda de los Clientes..... 14

Características básicas de esos clientes..... 15

Localización geográfica de los clientes 15

Bases de decisión de compra de los clientes..... 16

Formas posibles de evitar la falta de interés en nuestro servicio 17

COMPETENCIA 18

 PRECIOS 18

 Precios para la organización de fiestas 18

 FUN ZONE – MALL DEL SOL y ALBAN BORJA..... 18

 RIVER PARK – SAMBORONDON..... 19

 PARKIDS – GARZOTA 19

 PARKIDS – GARZOTA 21

TAMAÑO DEL MERCADO GLOBAL 29

 TAMAÑO DE MI MERCADO..... 29

 Mercado Objetivo 29

PLAN DE MARKETING..... 32

 Estrategia de precios 32

 Estrategia de ventas..... 32

 Estrategia promocional 33

 Políticas de servicios..... 35

ANALISIS TECNICO 37

 Facilidades 37

 Atracciones del parque..... 39

Brincolines que se instalarán	41
Generalidades y políticas del Parque	42
ANALISIS ADMINISTRATIVO.....	44
Grupo empresarial.....	44
Personal ejecutivo	45
Organización Empleados	46
Organizaciones de Apoyo	46
Organigrama	48
ANALISIS LEGAL	49
CONSTITUCION	50
FUNCIONAMIENTO	50
PATENTE MUNICIPAL.....	51
PERMISOS MUNICIPALES	51
MARCAS.....	53
REGISTRO DE DOMINIO	53
ANÁLISIS SOCIAL.....	54
ANALISIS ECONOMICO	55
Inversiones en Activos Fijos.....	55
Inversiones en Capital de Trabajo.....	55
Presupuesto de Ingresos.....	56
Presupuesto de Inventarios	56
Presupuesto de Personal.....	56
Presupuesto de Gastos Generales.....	57

Análisis de costo y punto de equilibrio.....	57
ANALISIS FINANCIERO	59
Estado de Flujo de Efectivo	59
Estado de Resultados	60
Balance General	61
ANALISIS DE RIESGO E INTANGIBLES.....	62
ANALISIS DE SENSIBILIDAD	63
ANEXOS	65
Inversión de Activos	66
Análisis de ventas	67
Presupuesto de ventas	69
Flujo de Caja Libre	70
Préstamo bancario.....	71
Presupuesto de gastos	72
Depreciación	73
Investigación Exploratoria.....	74

Tabla de Ilustraciones

Distribución de la población en guayaquil..... 29

Distribución de las edades en Guayaquil 30

Porcentaje de la población según clase económica en guayaquil 31

Flujo de Efectivo 59

Estado de Resultados 60

Balance General 61

RESUMEN EJECUTIVO

El plan de negocios a continuación está elaborado en base a la idea PARKIDS, un parque infantil para niños entre los 4 y 10 años de edad. Entre los factores diferenciadores están sus juegos compuestos en su mayoría por brincolines inflables diferenciados para cada edad. Nuestro mercado objetivo son los niños pertenecientes a las clases media y media-baja de la ciudad de Guayaquil dentro de los rangos de edad mencionados. El valor de la entrada al parque es de \$5.00 incluido iva con el cual pueden ingresar 1 adulto acompañante. Dentro del parque se venden también alimentos y bebidas. En el segmento de clase media guayaquileña entre los 4 y 10 años hay aproximadamente 105,593 niños y nuestra meta inicial es llegar a un 15% de ese sector.

Parkids es llevado a cabo por 3 jóvenes emprendedores -próximos a recibir el título de Máster en Administración de Empresas- luego de percibir lo desatendido que está el segmento de la diversión sana para niños en estas edades.

Los centros de diversión en la actualidad son por lo general de entrada libre y no garantizan seguridad a los niños dentro de ellos; con Parkids buscamos romper ese paradigma: dar diversión al niño y seguridad al padre.

Para arrancar el negocio se requieren USD \$ 72,000 de los cuales USD \$ 40,000 serán invertidos por los socios y USD \$ 32,000 serán pedidos al banco. Ese dinero se invertirá en juegos, máquinas de comida, equipos, adecuaciones varias y capital de trabajo.

La tasa interna de retorno es del 32.22% y el valor actual neto del negocio es USD \$ 36,365.01 luego de descontar el flujo de caja libre a un costo de capital del 19.15%.

ANÁLISIS DEL MERCADO

ANÁLISIS DEL SECTOR Y LA COMPAÑÍA

Presentación de la empresa y el servicio

Nuestro negocio se llama PARKIDS; un parque infantil que nace con el objetivo de satisfacer la necesidad de los padres que tienen hijos pequeños y que desean compartir un momento grato en un lugar sano, divertido y seguro.

Nuestra filosofía no nos permite tener juegos de video a diferencia de otros parques que si los tienen y que son su mayor atractivo para los niños de diferentes edades.

A nuestras instalaciones podrán ingresar niños de 4 a 10 años acompañado con al menos un adulto. Los juegos instalados serán brincolines inflables distribuidos por edades. Además habrá vigilancia permanente de parte de personal sumada a una fuerza de resguardo externo suministrada por una empresa de seguridad privada.

En los fines de semana específicamente en horas pico el parque contará con la presentación de títeres, magos y payasos. Esto sumado a los demás elementos permitirá a los pequeños clientes disfrutar de una matinée infantil todos los fines de semana.

Nuestra visión es poder crear una cadena de estos parques en diferentes ciudades del país siempre con la consigna de juegos sanos.

Diagnóstico estructural del sector y posibilidades de crecimiento

El sector de la diversión en nuestra ciudad está poco explotado. Por lo general cuando se habla de diversión en Guayaquil y Samborondón, se la relaciona con bares y lugares nocturnos. Cuando hablamos de diversión sana se suele relacionar con cines y centros de video juegos, pero ¿qué busca un padre de un niño con edad entre 4 y 10 años?

Si entramos en el sitio Web www.visitaguayaquil.com de la M.I. Municipalidad de Guayaquil encontramos apenas 5 sitios en los que se destacan: Bolocentro 2000, Cosmic Bowling, Luna Park, Play Zone y River Park.

En los últimos 2 años se han puesto en boga también las canchas de fútbol con césped sintético. Si juntamos todos estos elementos podemos resumir la diversión en: cines, videojuegos, fútbol y bolos. Los demás se divertirán viendo vitrinas en los centros comerciales.

Específicamente al estudiar los sitios de diversión para los niños pequeños, podemos ver que existe una demanda insatisfecha y que los únicos lugares a los que se los puede llevar es a los distintos Play Zone que hay en los centros comerciales o a Cosmic Bowling en el centro comercial San Marino. Los padres que llevan a sus hijos a estos centros de diversión lo hacen con recelo y las principales razones son:

- Nocividad de los videojuegos.
- El ruido del lugar.
- La cantidad de gente de distintas edades.

Una empresa que, sin estar directamente en el negocio de la diversión para niños pequeños, hace esfuerzos para satisfacer a este segmento es McDonalds. La gran mayoría de estos locales de comida rápida cuentan con un PLAY PLACE donde los niños que poseen hasta cierta estatura pueden hacer uso de la instalación. El PLAY PLACE posee toboganes, mallas y piscinas con bolas. PLAY PLACE es el enganche para que los niños les pidan a sus padres que los lleven allá aún cuando la comida no es del agrado de ellos. La misma estrategia la sigue el KFC con su CHICKY PARK en los locales de vía Daule y Alborada, y el Burger King en el restaurante de Urdesa.

ESTADO DEL SECTOR

Tendencias económicas, sociales o culturales que afectan al sector positiva o negativamente

Hemos dejado claro que el segmento de mercado para el cual hemos ideado nuestro parque es el de niños y niñas de 4 a 10 años de edad. A más de la edad, nuestro negocio se enfocará en niños de las clases media y media-baja de la ciudad de Guayaquil equivalente a un 50% de la población. La tendencia económica nos revela que cada vez la brecha entre ricos y pobres es más grande, por ende la clase media se agranda.

Hay una tendencia social grave que es el aumento de la delincuencia. Un secuestro a un niño dentro del parque traería consecuencias financieras catastróficas a nuestro negocio y pésima reputación a los socios. Para contrarrestar esto, se contratará personal de seguridad privada.

La desconfianza es un elemento propio de nuestra idiosincrasia como ecuatorianos.

Barreras especiales de ingreso o salida de negocios en el sector

Las barreras que existen para ingresar a este negocio son:

- *Know How:* Los parques de diversiones que existen actualmente en el mercado tienen muchos años establecidos en Guayaquil por lo que conocen muy bien el manejo del negocio, políticas, procedimientos, tendencia del mercado, gustos y preferencias de los consumidores.
- *Infraestructura:* Por estar muchos años involucrados en este tipo de negocios conocen muy bien a los proveedores, tiempos de negociación, formas de pagos y alianzas estratégicas.
- *Reconocimiento:* Estos parques de diversiones cuentan con un prestigio y confianza ganado por la cantidad de años que tienen en el mercado.

Rivalidad existente entre los competidores

Entre los competidores directos podemos considerar a todos los parques de diversiones que existen actualmente en el mercado como: Riverpark, Play Zone, Aventura Park; aunque ellos no tengan los mismos juegos que ofrecerá Parkids tienen el concepto de ofrecer diversión a los niños de todas las edades.

RiverPark cuenta con una variedad muy grande de juegos diferenciadores como karting, golfito, barcos, etc. Las debilidades de este parque de diversiones es que muchos juegos no tienen diferenciación de edades, además esta ubicado en una zona muy alejada de la ciudad por lo que es preferido únicamente por el nicho del mercado correspondiente a las clases económicas alta y media-alta.

Play Zone es una cadena de parque de diversiones que esta ubicado en la mayoría de centros comerciales de la ciudad; cuenta con una gran cantidad de juegos de videos y juegos de destreza para el baile por lo que es preferido principalmente por adolescentes.

Una debilidad que tienen estos parques de diversiones es que los juegos de niños y de adolescentes están ubicados en las mismas áreas por lo que los padres no confían en dejar solos a sus hijos; además por tener una gran de cantidad de videojuegos es muy oscuro para niños menores de 7 años.

Aventura Park es cadena de parque de diversiones que esta ubicado en algunos centros comerciales de nivel socio económico medio como el Albanborja, Rotonda y Mall del Sol, al igual que Play Zone cuenta con de juegos de videos y juegos de baile.

Análisis de Competidores Potenciales

Actualmente en el mercado no existe un parque de diversiones que cuente con una diversidad de juegos inflables infantiles y piscina de bolas que permitan resaltar las destrezas y motricidad de los niños y a la vez divertirse con niños de su misma edad.

Adicionalmente los parques de diversiones que existen no ofrecen una variedad de valores agregados a los clientes como son: magos, payasos y títeres los fines de semana.

Poder de negociación de proveedores

El poder de negociación con proveedores es muy bajo ya que existe un gran número de empresas que puedan proveer de servicios y productos que necesitamos para nuestra infraestructura. En este sentido, tenemos una ventaja puesto que nuestros proveedores serían básicamente empresas que nos ofrezcan servicios como la guardería, parvularias, magos y payasos. Indudablemente, poco a poco estos proveedores serán sustituidos por personal o recursos propios.

Poder de negociación de clientes

Podemos decir que al momento el poder de negociación de los clientes es alto dada la variedad de parques existentes en la ciudad. Hay muchas opciones para los padres en busca de diversión para sus hijos.

Amenaza de ingreso de servicios sustitutos

Como sustitutos también encontramos a las cadenas de comida rápida que cuentan con piscinas de bolas (McDonalds, Burger King y KFC). Se consideran como competidores sustitutos porque el target al que estamos dirigidos en muchas ocasiones frecuenta estos lugares por el hecho de tener un sitio en donde su hijo se pueda divertir y al mismo tiempo comer algo rápido como una hamburguesa o nuggets.

Adicionalmente en las cadenas de comida rápida, los padres tienen la confianza de que sus hijos se están divirtiendo en un lugar seguro y por lo general bajo la supervisión de una parvularia.

Amenaza de ingreso de nuevos negocios

Así como hay negocios establecidos que pueden ingresar a este sector de la diversión, tenemos la amenaza de negocios nuevos que competirán directamente con PARKIDS bajo el mismo concepto de juegos inflables. Una vez que PARKIDS demuestre que es un negocio rentable, varias personas querrán ingresar a este negocio de parques infantiles. Nos debe preocupar más esta amenaza que la misma rivalidad actual o el futuro ingreso de sustitutos.

SERVICIO

Descripción detallada del servicio que se va a vender

PARKIDS es un parque infantil ideado para niños de 4 a 10 años donde la principal atracción serán los juegos inflables. Los fines de semana harán actividades extra como presentaciones de payasos, magos, títeres, actores. El niño sentirá que está en un circo o al menos en una matinée infantil.

Análisis de los Productos de la Competencia

En la ciudad de Guayaquil contamos con tres competidores que tienen varios años consolidados en el mercado, cuentan básicamente con 1 juego inflable, videojuegos, trencito, piscina de bolas y juegos electrónicos para niños pequeños como aviones y carros.

Competidores

Al momento de iniciar el proyecto existen en la ciudad tres parques de diversiones que consideramos nuestra competencia directa, entre ellos están:

River Park: Esta ubicado en vía Samborondón Km 4 ½. Consta de un área aproximada de 10000 metros cuadrados incluido el parqueo. Entre sus grandes atractivos están la pista de karting, el golfito, salta-salta, castillo con videojuegos y botes sobre agua. La entrada es gratis y se debe pagar por cada juego. El target en edades va desde los 5 a 15 años.

Playzone: Una de sus ventajas competitivas es que esta ubicado en la mayoría de centros comerciales de la ciudad como Riocentro Ceibos, Riocentro Sur y San Marino. Hasta el año 2007, Play Zone tuvo presencia en Riocentro Entre Ríos. Su lugar es ocupado ahora por el local de Mi Juguetería. En el sur está franquicia se conoce como Extreme.

Cuenta con juegos para niños de todas las edades pero su fortaleza esta en los videojuegos y juegos eléctricos para niños de varias edades como carros, aviones y motos.

Adicionalmente cuenta con servicios adicionales a sus clientes como sala para niños pequeños y fiestas infantiles con asistencia de parvularias.

La entrada a este parque de diversiones tiene un costo de 1, solo compras una tarjeta electrónica para comenzar a jugar y la recargas las veces que sean necesarias.

Aventura Park: Es uno de los primeros parques de diversiones de la ciudad y esta ubicado en los centros comerciales Albanborja, Mall del Sol y Rotonda.

Cuenta con juegos para niños de todas las edades, una piscina de bolas, un castillo inflable y juegos eléctricos para niños de varias edades como carros y aviones.

Adicionalmente cuenta el servicio de fiestas infantiles y el servicio de un bar que ofrece helados, comida rápida y varios snacks.

Fortalezas del servicio

Las fortalezas de Parkids comparado con los parques de diversiones que existen son:

- Solución innovadora en juegos inflables.
- Altos niveles de confiabilidad y seguridad dentro del parque de diversiones.

- Precios bajos.
- Seguridad física: Control de ingreso y salida de las personas con pulseras de identificación.
- Flexibilidad, escalabilidad y adaptabilidad a las exigencias del mercado.
- Atención por personal especializado: Parvularias.
- Valores agregados en el servicio: bar, títeres, payasos y fines de semana de mucha distracción

Debilidades del servicio

Las debilidades de Parkids comparado con los parques de diversiones que existen son:

- Altos costo de implementación del servicio.
- Costos elevados en gastos de publicidad y marketing.
- No hay alianzas estratégicas todavía establecidas.
- Limitada cobertura al inicio del proyecto.

Patentes o condiciones de secreto industrial

No hay condiciones de secreto industrial ni pago de regalías por patentes o franquicias.

Sería grandioso hacer una franquicia de nuestro negocio en el futuro para poder revenderla.

Productos o servicios posibles como complementos o derivados del actual

El parque podemos usarlo también para:

- Alquilárselo a los padres que deseen hacer fiestas infantiles a sus hijos.

- Alquilárselo a empresas que hacen fiestas a los hijos de sus funcionarios y colaboradores.
- Hacer lanzamiento de eventos relacionados a productos infantiles.
- Hacer fiestas navideñas empresariales.

Dentro del parque, con el fin de lograr mayores ingresos, podríamos también:

- Vender alimentos y bebidas.
- Vender juguetes.
- Dar conciertos de artistas infantiles.
- Dar presentaciones de teatro para niños.
- Dar presentaciones de payasos y magos.

Solución a sus debilidades y formas de aprovechar sus fortalezas

Entre las soluciones a las debilidades podemos hacer alianzas estratégicas con ciertas empresas para no tener que comprar ciertos activos que pueden ser consignados. A cambio del apoyo económico o con producto para vender en el bar, se pondrán vallas publicitarias en las paredes.

Factores para destacar del servicio

- Restricción de edades: sólo para niños de 4 a 10 años.
- Magos, payasos y títeres los fines de semana.
- Parvularias profesionales para la atención.
- Guardias privados.

- Bar con golosinas, jugos, gaseosas, alimentos nutritivos y alimentos chatarra.
- Cámaras de vigilancia.

Cuidados especiales con el servicio

Por ser un servicio orientado a niños pequeños, debemos tener muchas precauciones en cuanto al cuidado de ellos. Es de suma importancia tener botiquín y alguien con experiencia en primeros auxilios. El parque contará con la presencia de parvularias con experiencia en trato de niños pequeños. Debe además estar resguardado con personal de seguridad privada para evitar intentos de asalto y secuestro. Es indispensable la instalación de cámaras de vigilancia para grabar todas las actividades que ocurran dentro de nuestras instalaciones.

CLIENTES

Tipo de compradores potenciales, segmentados por actividad, edad, sector, nivel, ubicación, ingresos, etc.

Nuestros compradores potenciales son:

Niños de ambos sexos.

Edades de 4 a 10 años.

Clases económicas media y media baja.

Población urbana de la ciudad de Guayaquil.

Demanda de los Clientes

Según la encuesta realizada a madres de familias y las conclusiones del focus group, pudimos concluir que los seis elementos más importantes que los clientes demandan dentro de un parque de diversiones:

- Guardianía
- Comida
- Juegos por edades/tamaño
- Brincolines
- Títeres
- Obras de teatro

Características básicas de esos clientes

Según la encuesta realizada a madres de familias y las conclusiones del focus group, pudimos concluir que estos clientes son padres de familias que llevan a sus hijos a los parques de diversiones o centros comerciales para entretenerlos los fines de semanas.

Además pudimos concluir que los principales temores o problemas de los lugares a los que visita con sus hijos para la diversión de ellos son la inseguridad, que los niños se pierdan, que existan mucha gente dentro del lugar y que sea seguro en el momento que sus hijos se caigan jugando.

Lo que los padres de familia buscan en un lugar de diversiones como característica principal es la seguridad, luego la diversión para sus hijos y como tercer elemento variedad de juegos y a bajo costo.

En lo que se refiere al precio los padres de familia gastan entre 5 a 10 dólares por hijo en un fin de semana.

Localización geográfica de los clientes

Nuestros clientes estarán ubicados en las ciudadelas del norte principalmente, entre ellas: Urdesa, Kennedy, Atarazana, Alborada, Garzota, Sauces, Guayacanes, Samanes, Vernaza Norte, Adace, Ceibos, Miraflores, El Paraíso.

Del sur: Barrio del centenario, La Saiba, Los Almendros, Barrio del Seguro.

Bases de decisión de compra de los clientes

La base de decisión de compra de los clientes se basa en 4 fortalezas:

- Precio
- Calidad
- Servicio
- Seguridad

Estamos convencidos en establecer una alianza de confianza con nuestros clientes. Ellos ratificarán que el servicio ofrecido por nosotros es de alta confiabilidad y eficiencia.

El factor más importante que podemos ofrecer para diferenciarnos es el hecho de que nuestros clientes se sientan seguros que sus hijos están dentro de un parque de diversiones seguro, sano y confiable.

En las encuestas pudimos concluir que la comida es un factor importante para los padres de familias y niños por lo que debemos brindar a nuestros clientes productos y servicios de una alta calidad; dentro de PARKIDS vamos a contar con maquinas de alimentos y bebidas como canguileras, algodón de azúcar, churros, pizza, corn dog, drink freezers, granizados y hot dogs. Se han cotizado estos activos con la firma GOLD MEDAL de alto prestigio en los Estados Unidos de América.

En lo que se refiere a precios vemos que es un factor importante pero no primordial, por lo que tenemos que plantear en PARKIDS una estrategia de precios basado en la

información de las encuestas, considerando que nuestros clientes están dispuestos a gastar semanalmente por llevar a su hijo a un parque de diversiones con los elementos diferenciadores entre 5 a 10 dólares.

La forma de pago si es algo que lo tenemos en cuenta y es por eso que en una segunda etapa implementamos la posibilidad de que nuestros clientes cancelen el servicio mediante tarjeta de crédito o débito o de tarjeta prepagada.

La tarjeta prepagada servirá para que los padres puedan comprar cierta cantidad de juegos para que luego sea descargada al momento de ser usada.

Formas posibles de evitar la falta de interés en nuestro servicio

La forma mas importante de evitar la falta de interés en nuestro servicio es brindando un servicio y atención de primera calidad ofreciendo una lugar de sana diversión y entretenimiento donde todos los días encuentren un ambiente de *fiesta*.

Para poder lograr este servicio tenemos que trabajar muy fuertemente en el personal, es decir capacitarlo constantemente en la importancia de brindar un servicio de calidad, además de trabajar en que todas las personas se traten con cordialidad y amabilidad desde el momento en que entran al parque hasta que se vayan.

Nuestra idea principal es que haya diferenciación de edades en los juegos y poder controlar siempre la capacidad máxima del parque por medio de bandas o pulseras de

colores con numeración para llevar un mejor manejo del ingreso y salida de cada persona.

COMPETENCIA

PRECIOS

Precios para la organización de fiestas

FUN ZONE – MALL DEL SOL y ALBAN BORJA

HORARIOS	DIAS	COSTO \$ PAQUETES SIN IVA	EVENTOS QUE INCLUYE	ADICIONALES
15H00 A 20H00	Lunes y Martes	\$ 280.00	Juegos libres, mesa grande para torta, pozo de regalos, decoraciones de globos, mesas, manteles y sillas, música, animación y concursos, caritas pintadas, personajes gigantes y \$75 en cafetería.	Sin limites de invitados, puedes llevar bocaditos de sal y dulce, Show \$180: Elmo, Barney, Floricienta, High School, Blanca Nieves y Peter Pan, Súper Héroes.
15H00 A 20H00	Miércoles y Jueves	\$ 340.00		
15H00 A 20H00	Viernes	\$ 400.00		
10H00 A 14H00	Sábados y Domingos	\$ 450.00		

RIVER PARK – SAMBORONDON

HORARIOS	DIAS	COSTO \$ PAQUETES SIN IVA	EVENTOS QUE INCLUYE	ADICIONALES
14H00 A 20H00	Martes a Jueves	\$ 9,90 por invitado	Todas las 14 atracciones las veces que puedas, 6 fichas para las maquinas de video, 1 hot dog, 1 Pepsi, 1 canguil, invitaciones, salón exclusivo decorado con globos	Mínimo 20 niños invitados, los adultos no pagan si utilizan una atracción. Puedes llevar bocaditos de sal y dulce
14H00 A 21H00	Viernes	\$ 9,90 por invitado		
11H00 A 21H00	Sábados	\$ 9,90 por invitado		
10H00 A 21H00	Domingos	\$ 9,90 por invitado		

PARKIDS – GARZOTA

HORARIOS	DIAS	COSTO \$ PAQUETES SIN IVA	EVENTOS QUE INCLUYE	ADICIONALES
15H00 A 20H00	Martes a Jueves	\$ 280.00	Juegos libres las veces que quieras, mesa grande para torta, pozo de regalos, decoraciones de globos, mesas, manteles y sillas, música, animación con parvularias (concursos y caritas pintadas), 1 carretilla de hot dogs (50 máximo) y 1 carretilla de algodón de azúcar o canguil (50 máximo)	Sin límite de invitados. Puedes llevar la torta, bocaditos de sal y dulce y colas.
10H00 A 20H00	Viernes y Sábados	\$ 350.00		
10H00 A 14H00	Domingos	\$ 400.00		

Precios de Atracciones

FUN ZONE – ALBAN BORJA

COSTO \$ JUEGOS POR TIEMPO	TIPOS DE JUEGOS
\$ 0,75 – 15 minutos	Piscina de Bolas Inflable para saltar (Hasta 7 años)
\$ 1,00 – 15 minutos	Laberinto Mágico (5 años en adelante)
\$ 0,75 – 15 minutos	Rueda Moscovita (5 a 9 años)
\$ 1,50 - 2.5 minutos	Karting (6 vueltas)
\$ 1,00	Air Hockey, carrusel, videojuegos, juegos mecánicos para niños.

FUN ZONE – LA ROTONDA

Todos los juegos son mecánicos y su precio oscila entre los \$0.25 y \$0.50.

RIVER PARK – SAMBORONDON

Cada ticket tiene un precio de \$0.25 y los juegos tienen los siguientes precios:

JUEGOS	PRECIO
Formula Kart	\$ 2.00
Giroscopio	\$1.50
Fuerte Medieval	\$2.00
Expreso Medieval	\$1.00
Feria Medieval	\$1.00
Caballeria Real	\$2.00
Track and Wheel	\$1.00
Splashing boat	\$2.00

Golfito Miniatura	\$2.50
Laberinto Sin Fin	\$1.00
Safari Race	\$1.00
Bunyers Buggy	\$2.00
La casa de Tino	\$1.50
La roca	\$2.00
Laguna Azul	\$1.00

PARKIDS – GARZOTA

Los precios de Parkids son:

\$ 5,00 por un niño con un adulto, tiene acceso a todos los juegos las veces que quiera identificados con pulseras de seguridad que son colocadas por cada familia al ingresar al parque. En el valor está incluido el IVA, por lo que neto para PARKIDS es USD 4.46.

\$ 1,00 por cada adulto adicional siempre que entre como parte de una familia.

Desempeño del producto y servicio

Dentro de nuestra competencia directa debemos contemplar a los siguientes negocios:

- River Park
- Aventura Park – Fun Zone
- Play Zone - Cosmic Bowling

Dentro de la competencia indirecta tenemos a las franquicias de restaurantes:

- McDonald's
- KFC
- Burger King

River Park y Aventura Park son parques de diversiones con atención a personas entre las edades de 5 a 12 años. Están estratégicamente ubicados: River Park en km 4.5 vía a Samborondón, y Aventura Park en Alban Borja, Rotonda y Mall del Sol.

Play Zone es el centro de video juegos mejor ubicado en la ciudad. Está prácticamente en todos los centros comerciales de la ciudad. Por nombrar algunos: San Marino, Riocentro Ceibos y Mall del Sur.

McDonald's también tiene parques para niños en los locales de Samborondón, Ceibos, Sur y Alborada.

KFC tiene 2 parques para niños, uno en el local de La Alborada y otro en la vía a Daule.

Burger King sólo posee parques para niños en los locales de Urdesa y Sur

Limitaciones en la satisfacción de los clientes

Los clientes para nuestro parque de diversiones son los padres de familias quienes son los que toman de decisión de escoger donde llevar a sus hijos a divertirse, pero el niño es el influenciador en esta toma de decisiones; además el niño también se puede considerar como el usuario de los juegos y de las diversiones generadas por las parvularias.

Si consideramos este esquema de decisiones es muy importante que nuestro parque de diversiones tenga atracciones que llamen la atención de los niños y que el ambiente que se genere sea de fiesta y diversión para que quieran regresar nuevamente, siempre

pensando en que los padres van a tomar la decisión basados en la seguridad que se brinde a sus hijos.

En los parques que son competencia directa no hay restricción para el acceso a niños más grandes (10 años en adelante), lo cual es una limitante para los padres de familia que tienen hijos menores y buscan parques de diversiones que cuenten con juegos específicos para las edades de sus hijos.

En los lugares que son competencia indirecta, hay que necesariamente comer algo para hacer uso de las instalaciones. La comida rápida suele no gustar al padre de familia. Es importante acotar que estos restaurantes al no ser diseñados para ser parques, el área designada para los juegos es usualmente pequeña.

Esquema de venta

Play Zone vende tarjetas básicas de 5 dólares a las cuales se les puede recargar dinero para poder jugar con todas las máquinas. Una vez terminado un juego, el aparato retorna una cantidad de tiquetes que suelen ser canjeados por golosinas, juguetes, peluches e incluso bicicletas o DVD's.

Los otros parques abiertos cobran una entrada y un adicional por el uso de cada juego.

Los locales competitivos indirectos no cobran la entrada. La persona que lleva a su pequeño sólo paga lo que consume y con eso tiene acceso a usar las instalaciones.

Capacidad

Se estima que a cada local de PlayZone asisten los fines de semana 1900 niños. De lunes a viernes diariamente, Play Zone recibe a 600 niños; a excepción del viernes: 1,300 niños. Esto varía dependiente del centro comercial.

En River Park, los fines de semana es posible acaparar 6 fiestas infantiles que en promedio llevan 200 personas más un promedio de 100 niños adicionales que pueden entrar y disfrutar del parque sin molestar los demás cumpleaños.

Tanto en Fun Zone de Alban Borja y de Mall del Sol es posible dar atención a un promedio de 200 niños

¿Cuál es la marca líder? ¿Por precio? ¿Por calidad? ¿Por servicio?

En parques, el líder de mercado es Play Zone seguido por River Park. Play Zone es líder por su gran cantidad de sucursales y concurrencia. Sus principales fortalezas son: precio y calidad.

En restaurantes con parque infantil, el líder de mercado es McDonald's. Sus principales fortalezas son: calidad y servicio. Podemos también decir que su precio es mejor si lo comparamos con el Burger King.

¿Han surgido o se han acabado empresas en esta actividad en los últimos años?

¿Cómo les ha ido? Razones

Hasta principios del 2005, existía un restaurante en Mall del Sol llamado Circus. Esta empresa duró menos de 1 año. Su negocio era principalmente la venta de comida pero tenía un salón aldaño para la diversión de los más pequeños. La idea era innovadora pero falló por algunos factores:

- El costo del alquiler y los demás costos fijos eran superiores a las ventas.
- No estaba bien enfocado, ¿era restaurante, circo, parque de diversiones?
- Los precios eran elevados; para personas de clase económica media-alta y alta.
- El salón de diversiones no era lo suficientemente grande.

Otro negocio que fracaso en Mall del Sol fue Jimbo Park tambien con la temática de juegos inflables. La gente que recuerda que el parque dice que lucia desarreglado y daba la impresión de estar abandonado, a eso se le suma que los empleados desleales vendían los tickets por la izquierda afuera del mall. La mala administración hizo que cierre este negocio.

Imagen de la competencia ante los clientes

- **Play Zone:** Lugar con mucho ruido ambiental donde va toda clase de gente. Es la mejor opción existente para los más chicos y grandes en los centros comerciales. Incluso los padres se divierten en este centro de diversiones, debido a que cuenta con una gran variedad de juegos para niños, adolescentes y adultos.

- **River Park:** Lugar para gente de clase alta y media-alta, cuenta con una gran variedad de juegos, la única limitante que tiene es que está ubicado lejos de la ciudad.
- **Aventura Park:** Centro de diversiones en mejor zona que Luna Park pero con juegos mecánicos descuidados y peligrosos para los niños pequeños.

Imagen de la competencia indirecta ante los clientes

Tanto el Burger King como el McDonald's son lugares limpios y seguros para los niños pequeños. Se asegura que los pequeños sólo jueguen con otros de su edad y no tropiecen con niños más grandes. La calidad de la comida es buena

KFC: A diferencia del Burger King y McDonald's, no es tan limpio ni seguro y además la calidad de la comida es regular. Esto se debe básicamente a que la afluencia de gente en los KFC es mayor que en los otros locales y están enfocados a un target más bajo que el McDonald's y Burger King.

¿Por qué les compran?

Play Zone tiene una gran ventaja: es el único centro de diversiones en los centros comerciales de mayor concurrencia. Además cada cierto tiempo está renovando sus máquinas, los precios son asequibles y sus locales son grandes y llamativos.

River Park tiene juegos novedosos entre ellos: Golfito, Karting, Botes, Salta Salta y juegos de videos. Está alejado del ruido de Guayaquil ya que está ubicado en el kilómetro 4.5 vía a Samborondón. Cada vez más gente vive en este sector de la ciudad y pertenecen a las clases económicas media-alta y alta.

La gente adulta que acude a locales de comida rápida como McDonald's, Burger King o KFC para hacer uso de los juegos infantiles suelen ser persuadidos por los más pequeños. De las ventas de los fines de semana hasta un 20% suele ser por persuasión de los hijos. Las demás compras son realizadas por personas que gustan del lugar y la comida o simplemente por el corto tiempo en el que despachan las órdenes.

Segmento al cual está dirigido

PlayZone: Principalmente hombres en las edades de 8 a 22 años pertenecientes a las clase económicas media-alta, media y media-baja.

River Park: Hombres y mujeres en las edades de 10 a 18 años pertenecientes a las clases alta, media-alta y media.

Burger King y McDonalds (referente al uso del parque infantil): Niños de hasta 8 años de las clases alta, media-alta y media.

KFC (referente al uso del parque infantil): Niños de hasta 8 años de las clases media-alta, media y media-baja.

¿Por qué será fácil o difícil competir con ellos?

Competir con estos locales va a ser muy difícil así como lo será posicionarse como un parque infantil. La debilidad que tienen ellos es precisamente que entre sus objetivos no está el ser un parque infantil. Son en la actualidad parques para varias edades y restaurantes con facilidades para los infantes pero su negocio principal no es ni será ese.

¿Por qué cree que puede lograr una fracción del mercado?

Porque si le preguntas a un padre si tiene a donde llevar a su hijo pequeño para que se divierta los fines de semana probablemente te diga que si y salga con una respuesta absurda como: ir a un centro comercial. La segunda pregunta que habría que hacerle es: ¿Realmente cree que su hijo de 4 o 6 años se divierte en un centro comercial?

Se puede lograr una fracción del mercado, porque PARKIDS es una idea innovadora en nuestro medio. No existe este tipo de parques en la ciudad para los 105,000 niños que pensamos incluir en nuestro mercado objetivo.

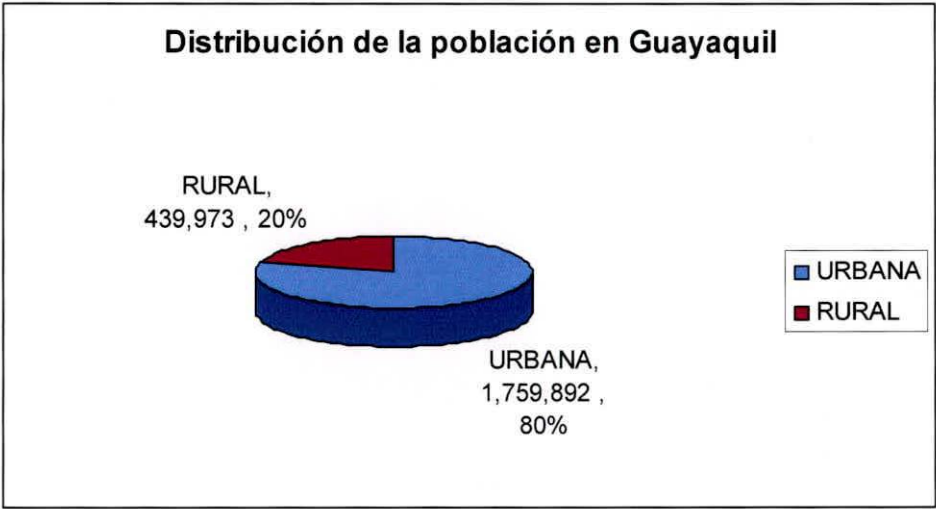
TAMAÑO DEL MERCADO GLOBAL

TAMAÑO DEL MERCADO

Mercado Objetivo

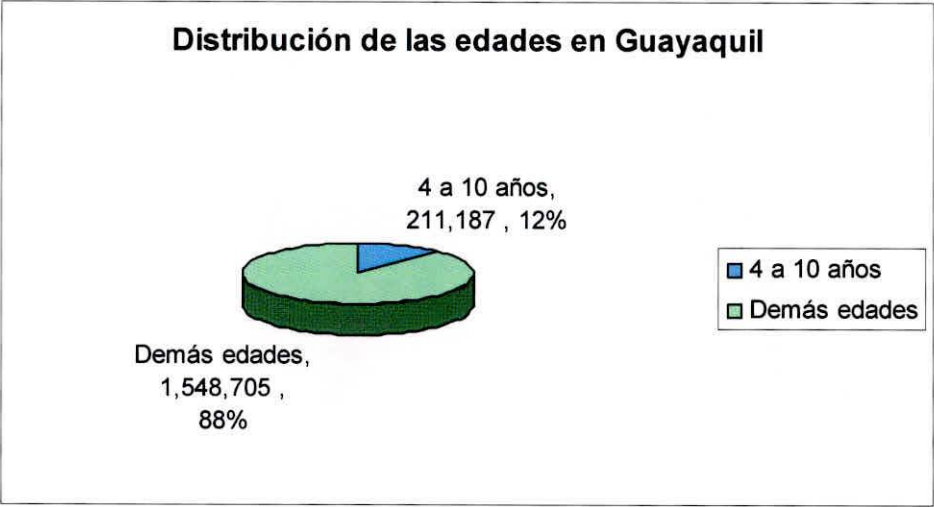
Nuestro nicho de mercado son los niños de ambos sexos entre las edades de 4 a 10 años de clase económica media y media baja de la ciudad de Guayaquil.

La población total de Guayaquil asciende a 2,199,865 habitantes, de los cuales el 80% pertenecen a la población urbana.



Distribución de la población en guayaquil

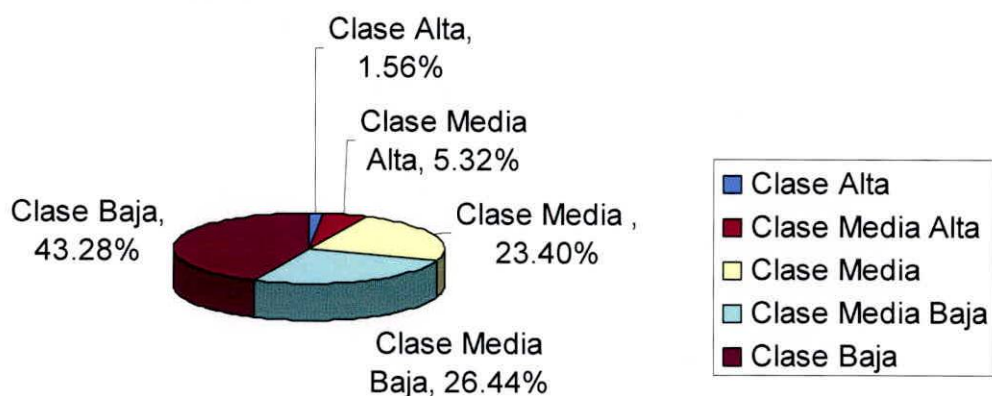
De los 1,759,892 que pertenecen a la población urbana, el grupo de edades de 4 a 10 años conforman el 12% aproximadamente.



Distribución de las edades en Guayaquil

En la ciudad de Guayaquil, de acuerdo a un estudio realizado por la M. I. Ilustre Municipalidad el 1,56% de la población pertenece a la clase económicamente alta, el 5,32% a la clase media alta, el 23,4% a la clase media, el 26,44% a la clase media baja y el 43,28% a la clase baja.

Porcentaje de la población según clase económica en Guayaquil



Porcentaje de la población según clase económica en guayaquil

Lo que nos queda que casi un 50% de la población pertenece a las clases media y media-baja.

Segmentando el grupo de edades de 4 a 10 años, nos queda un mercado objetivo de 105,593 niños.

Fuentes:

<http://www.inec.gov.ec> – Censo de vivienda y población - Año 2001

<http://es.wikipedia.org/wiki/Guayaquil>

<http://www.eluniverso.com/2006/11/04/0001/21/04332A1D60C14C1C8247A40FFBA203BC.aspx>

PLAN DE MARKETING

Estrategia de precios

En relación al precio, se estableció una tabla de acuerdo a un análisis de la competencia que existen en el mercado y una encuesta realizada a padres de familias para poder determinar el precio que están dispuestos a pagar por el servicio ofrecido dentro del parque de diversiones.

Los precios establecidos son:

\$5.00 la entrada por cada niño más una adulto. Esto le permite el uso ilimitado de los juegos.

\$1.00 Por cada adulto adicional en cada familia.

Entre \$1.00 y \$2.00 los diversos alimentos del parque:

Estrategia de ventas

Para la primera fase, el servicio que brindaremos será a través del parque de diversiones a todos los padres de familia que busquen un lugar de diversión sano para sus hijos; es decir que no tenga videojuegos y cuente diversidad de juegos inflables infantiles que permitan resaltar las destrezas y motricidad de los niños y a la vez divertirse con niños de su misma edad.

Adicionalmente queremos transmitir a nuestros clientes la idea de ir a parque de diversiones en donde haya un ambiente de fiesta, es decir que los fines de semana hayan

caritas pintadas, teatrines y magos con el objetivo de recrear un ambiente agradable y confortable para los niños.

Se trabajara muy fuerte en hacer publicidad en medios alternativos que puedan generar que los clientes vayan por primera vez al parque de diversiones y luego se harán ventas boca a boca gracias a la satisfacción de nuestros clientes.

Nos proyectamos a una segunda fase en ofrecer nuestro parque de diversiones para realizar fiestas infantiles de miércoles a domingos.

Nuestros esfuerzos para buscar clientes potenciales se verán centrados en ofrecer nuestros servicios a niños de 4 a 10 años en escuelas de nivel socio-económico medio y medio bajo

Estrategia promocional

Para la primera fase, tenemos que dar a conocer PARKIDS en puntos estratégicos de mayor afluencia de clientes potenciales, para ello, se necesitará un desarrollo de material promocional como volantes, folletos, pancartas e incluso parvularias que ofrezcan nuestro servicio a manera de relacionistas públicas.

El desarrollo y patente de un logo y marca permitirá que nos identifiquen a PARKIDS mas rápido y directamente, diferenciándose de la competencia.

Para lograr este objetivo, se necesita una apropiada identificación, es imperativo que el logotipo no sea utilizado de cualquier modo incorrecto de tal forma que estemos presentes en la mente de nuestros clientes como un parque de diversiones con juegos innovadores y sanos con un excelente servicio al cliente.

Una de las estrategias que utilizaremos en publicidad para dar a conocer nuestro parque de diversiones es el uso de anuncios en las funciones de vermouth de Supercines en las películas infantiles que sean taquilleras.

Adicionalmente un aviso de prensa en el segmento de la Revista en el diario “El Universo” cuando este el segmento especializado a lugares para diversión de niños.

Crearemos una alianza estratégica con escuelas del target de nuestro parque de diversiones para que tengan un precio especial y puedan llevar a sus alumnos a nuestro parque de diversión como parte de su educación o cuando tengan que celebrar días especiales como: Día del Niño, Fiestas de Navidad, etc.

Otra alianza estratégica que vamos a realizar es con tarjetas de crédito para que podamos aprovechar su publicidad en los estados de cuenta y así promocionar nuestro parque de diversiones.

Para exteriores utilizaremos dos tipos:

- Letreros.- El propósito de esta herramienta es proporcionar un servicio al cliente y a la vez generar recordación de marca; en el letrero se mostrará la imagen de la marca.
- Vallas.- La imagen plasmada en este tipo de carteles debe tener en su contenido un 100% de elementos gráficos y fotográficos institucionales debido a que son expuestos durante largos periodos de tiempo y por su dimensión se visualizan desde la calle

El presupuesto destinado para gastos de Publicidad es del 4% de las ventas.

Políticas de servicios

La política de servicios de PARKIDS esta enfocada en los niños y los padres de familia.

A los niños se va a garantizar ofrecerles un lugar de **sana** diversión y entretenimiento donde siempre puedan encontrar un ambiente de fiesta.

A los padres de familia se les ofrece un lugar **seguro** donde pueden estar tranquilos de que sus hijos puedan divertirse con niños de la mismas edades sin correr mayores riesgos.

Para poder medir la satisfacción de nuestros clientes colocaremos 1 buzón de sugerencia en el bar de nuestro parque de diversiones; además contaremos con una dirección

electrónica sugerencias@parkidsecuador.com en donde se receptara cualquier duda, comentario o sugerencia.

ANALISIS TECNICO

Facilidades

El parque estará localizado en la Garzota en la calle Miguel Jijón, en la misma que están ubicados los parques Funny Place, Brincolines Ady y Pokes.

Aunque puedan considerarse como competencia, el lugar es escogido estratégicamente por 2 razones:

- La gente asocia esta avenida como un lugar de parques infantiles; y
- El tránsito diario de carros en esta avenida es significativo.

El lugar contará con 2 líneas telefónicas de Pacifictel que se distribuirán 1 para el administrador y otra para fax.

En cuanto a la posición relativa a los clientes, estos serán principalmente de los sectores del norte Alborada, Garzota, Guayacanes, Sauces, Vernaza Norte, Adace, incluso podemos contar con la gente de Urdesa y Kennedy.

La situación geográfica del parque es favorable en cuanto a las distancias a los distintos puntos de la ciudad: Mall del Sol - 5 minutos, Aeropuerto - 7 minutos, Terminal Terrestre - 7 minutos, Centro de la Ciudad – 18 minutos. Esto facilita incluso la logística con los proveedores nacionales e internacionales.

El área requerida estimada para el parque es de 2,000 metros cuadrados debido a la necesidad de espacio para los diferentes juegos. Se estiman 500 metros cuadrados de áreas verdes para fines estéticos.

El lugar será abierto. Dado que en época de invierno, este tipo de negocios se tornan desolados, no se necesitaría techos ni carpas. Se usarán carpas cuando un cliente lo requiera como un elemento adicional.

La iluminación requerida por el parque a partir de las 6:30pm será suministrada por 2 reflectores de mediana potencia. El local estará abierto hasta las 8:30am y a las 9:00pm se apagarán los reflectores.

Parkids tendrá 2 puertas: una de entrada para el respectivo registro y pago, y otra de salida. La puerta de salida estará ubicada de un lado diferente al de la puerta de entrada.

La instalación contará con 2 tipos de servicios higiénicos: uno para caballeros y otro para damas dentro de los cuales habrán 3 baterías sanitarias en cada uno: 1 para adultos y 1 para menores de edad.

El parque estará diseñado para tener una capacidad máxima de 200 niños distribuidos en las distintas edades.

Atracciones del parque

2 juegos Big Toys (MC Donald's - KFC) uno para edades de 7 a 10 y otro para edades de 4 a 6

6 juegos de brincolines (Cada brincolín tendrá filas por tamaño)

- 2 para niños de 4 y 5 años
 - A (*Tiempo : 15 Min Capacidad: 10 personas*)
 - B (*Tiempo : 15 Min Capacidad: 10 personas*)
- 2 para niños de 6 y 7 años
 - C (*Tiempo : 15 Min Capacidad: 10 personas*)
 - D (*Tiempo : 15 Min Capacidad: 10 personas*)
- 2 para niños de 8 a 10 años
 - E (*Tiempo : 15 Min Capacidad: 10 personas*)
 - F (*Tiempo : 15 Min Capacidad: 10 personas*)

Cada brincolín tendrá una capacidad de 10 personas simultáneas y el tiempo de uso será de 20 minutos.

Parkids contará con 1 área para que los padres jueguen fútbol con sus hijos. Se estima el espacio para 2 a 4 arcos media cancha.

Contaremos con una sala de videos para proyectar películas.

El bar contará con:

- Un congelador para las gaseosas, jugos, aguas y helados que se venderán en el parque.
- Un mini refrigerador para los diversos sándwiches: pollo y atún.
- Carretas Gold Medal para la elaboración de algodón de azúcar, canguil y hotdogs.

Brincolines que se instalarán

Edades de 4 a 5 años

JUNGLAS

\$3,800.00 (5.2 x 4.2M))



CAÑONES

\$1,970.00 (4 X 5MTS)



Edades de 6 a 8 años

ARCALI & CARABELA

\$ 5,800.00 (4 X 8.7 X 3.7 MTS)



TOBOGAN

C/ACTIVIDADES

\$3,260.00 (7 X 4.5M)



Edades de 8 a 10 años

CARRERAS INTERACTIVAS

\$4,885.00 (11X3X3.2 MTS)



CASITA DEL ARBOL

\$ 5,280.00 (8.5X4X5.8 MTS)



Generalidades y políticas del Parque

El parque está diseñado para una capacidad máxima de 200 niños.

Ningún adulto puede ingresar solo, sin que previamente se identifique algún acompañante dentro del parque. No pueden ingresar personas menores de 18 años al parque acompañando a los niños.

Al momento de ingresar, al acompañante del niño y al niño se les coloca una cinta de igual color. Toda persona adulta debe entregar sus datos para ser ingresados en nuestra base. Debe incluso entregar las fechas de cumpleaños de los niños para el posterior seguimiento y promoción del parque como lugar para organización de cumpleaños.

En la caja de la entrada se paga el valor del ingreso (\$5.00) (Un niño y un adulto) (\$1.00 por cada adulto que pertenezca a la misma familia).

Todos los juegos tienen un límite de tiempo que oscila entre los 15 minutos y 20 minutos.

Los fines de semana, como un plus para el público, se presentarán obras de títeres y de teatro con personajes de televisión para niños.

ANALISIS ADMINISTRATIVO

Grupo empresarial

Dada la importancia de la administración, es necesario que PARKIDS cuente con un grupo de trabajo humano que posea los conocimientos, destrezas y aptitudes que permitan que el negocio salga adelante.

La empresa PARKIDS cuenta con 4 socios que iniciarían las actividades de la empresa, los cuales harán un aporte del 50% del total de la inversión, este dinero será cancelado al momento de constituirse la sociedad.

Los miembros del grupo empresarial están constituidos de la siguiente manera:

Grupo Empresarial	% de Aportacion	Participacion de la gestion (Dias x semana)	% Participacion de Junta Directiva
Ec. Veronica Vaca	25%	2 dias x semana	25%
Ing. Maria Elena Bejarano	25%	5 dias x semana	25%
Ing. Christian Cedeño	25%	7 dias x semana	25%
Ing. Juan Pablo Romero	25%	2 dias x semana	25%

Como estrategia de crecimiento de PARKIDS, la política de la distribución de utilidades en los dos primeros años se reinvertirá con la finalidad de expandir el negocio y captar un mayor mercado; a partir del tercer año se va a realizar la repartición de las utilidades a los accionistas de manera incremental.

Personal ejecutivo

Los cargos básicos identificados para iniciar con el funcionamiento de PARKIDS son:

Gerente General: Será el representante legal de PARKIDS y el encargado de la imagen y administración total de todo el negocio. Será el encargado de controlar y planificar las diferentes actividades del gerente administrativo y el gerente de operaciones.

Gerente Administrativo: En su calidad de Gerente Administrativo, debe dedicarse a toda la Administración de los recursos humanos y materiales, los que al final acaban concretándose en recursos económicos y documentos o justificantes en soportes papel o informatizado. Entre las tareas y funciones del Gerente de Administración de PARKIDS podemos citar:

- Cobros y pagos
- Relación con clientes y proveedores
- Administración general
- Gestión y selección de los RRHH
- Selección de personal

Gerente de Operaciones: Sus funciones de gerente de operaciones, tendrá como campo de acción la administración de las operaciones de la empresa PARKIDS, entre las tareas y funciones podemos citar:

- Compra de suministros
- Mantenimiento preventivo local

El personal ejecutivo va a tener un contrato fijo por sus labores estables y permanentes dentro de la empresa.

Organización Empleados

El número de personal requerido en la parte operativa de PARKIDS es de 7 personas los cuales estarían distribuidos de la siguiente manera:

- **Bar:** 1 persona se encarga de cobrar y 1 persona se encarga de despachar.
- **Brincolines:** 3 personas preferiblemente hombres, los cuales se encargaran de administrar 2 bricolines cada uno.
- **Big Toys:** 2 estudiantes parvularias preferiblemente mujeres, cada una administrara un juego.
- **Cajeras:** 2 cajeras. Las dos en la parte de ingreso.

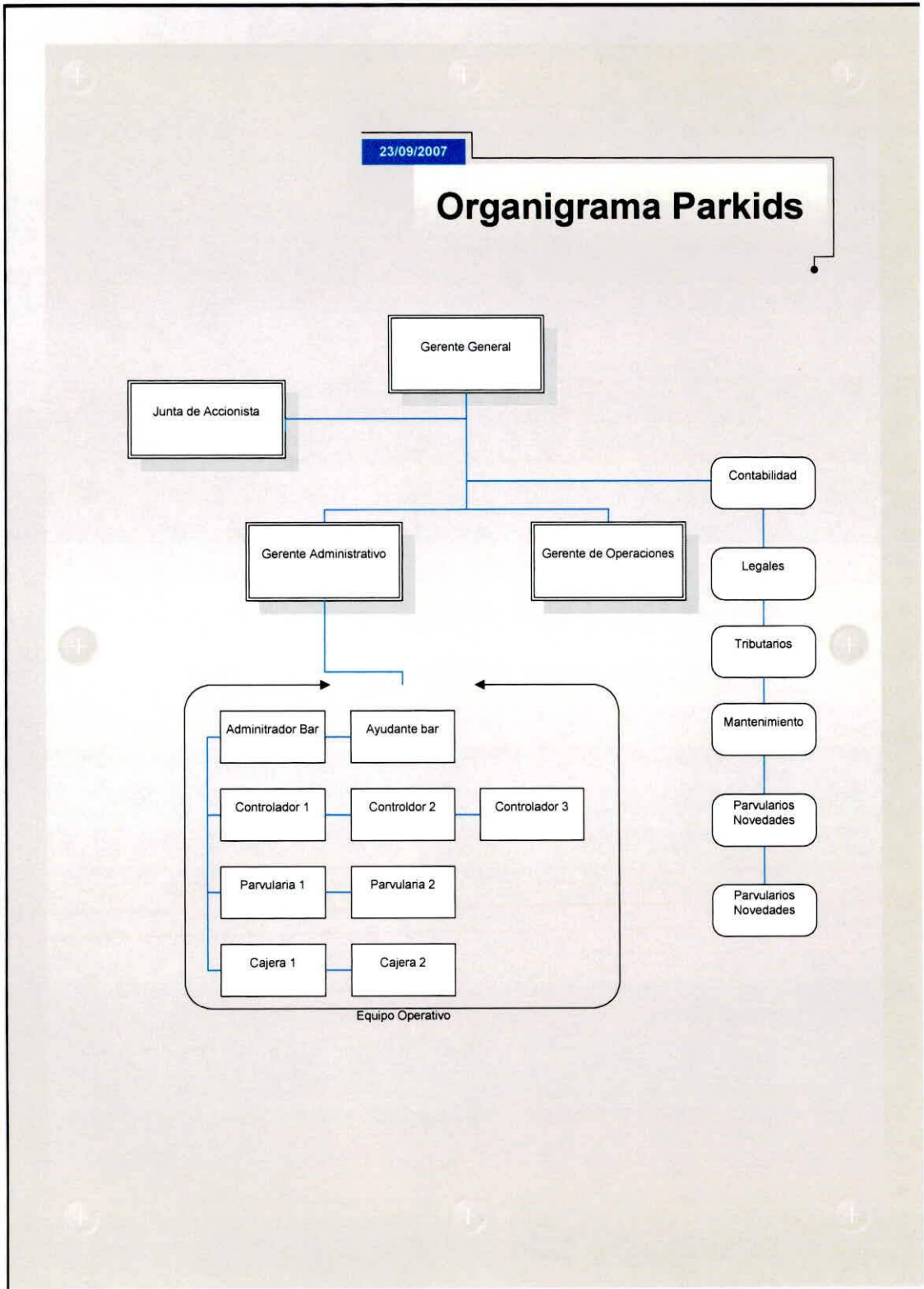
Para la parte operativa se considera tener un contrato por servicios prestados por el periodo de un año, adicional PARKIDS se compromete a pagar los valores correspondientes a los beneficios de ley, sin necesidad de que el empleado este enrolado a la compañía.

Organizaciones de Apoyo

Para completar el funcionamiento organizacional de PARKIDS es necesaria la contratación de organizaciones de apoyo que nos brinden los siguientes servicios:

- Servicios Contables
- Servicios Tributarios
- Servicios Legales
- Servicios de Mantenimientos
- Servicios de Parvularias
- Agencia de Publicidad

Organigrama



ANALISIS LEGAL

PARKIDS se establece como una compañía de responsabilidad limitada cuya razón social es Parques Kinder Distracciones CIA. LTDA.

Parques Kinder Distracciones CIA LTDA, es una organización de carácter civil, compuesta por recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos, destinados a desarrollar actividades de comercio y servicio, con la finalidad de obtener beneficios económicos.

Esta compañía se contraerá entre 4 socios: Christian Cedeño, Verónica Vaca, Juan Pablo Romero, Maria Elena Bejarano siendo esta ultima la representante legal de la empresa quien registrara su nombramiento en el Registro Mercantil hasta 30 días luego de haber sido designado. El plazo para la duración del cargo como representante legal será de 5 años luego de los cuales podrá ser reelegido.

El capital aportado es de USD 40,000 dividido equitativamente por cada socio.

La constitución de la compañía será llevada a cabo por el abogado Walter Romero González cuyo honorario asciende a USD 500.

Los primeros 4 meses de cada año se entregara a la Superintendencia de Compañías los siguientes documentos:

- Copias autorizadas del balance general,
- Estado de la cuenta de pérdidas y ganancias,
- Informes de administradores y organismos de fiscalización
- Nomina de administradores, representantes legales, socios y accionistas.

El balance general y el estado de pérdidas y ganancias deben estar aprobados por la junta general de socios.

CONSTITUCIÓN

Escritura pública de constitución de la compañía;

- Aprobación en la Superintendencia de Compañías;
- Depósito de USD 50 en la cuenta bancaria;
- Inscripción en el Registro Mercantil bajo el nombre de Sociedad Anónima.

FUNCIONAMIENTO

- RUC entregado por el SRI;
- Patente;
- Afiliación a la Cámara de la Pequeña Industria del Guayas. (CAPIG)

REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE PARKIDS

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES

Para las empresas se requiere la escritura de constitución de la compañía, copia de la cédula del representante legal y llenar el formulario.

PATENTE MUNICIPAL

Es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial.

En Guayaquil para obtener la patente se requiere:

- RUC;
- Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos; y
- Cédula del representante legal

El impuesto anual por la patente es de USD 0.70. Pero esta patente no concede autorización para el funcionamiento de PARKIDS. Requiere luego pagar la “Tasa de Habilitación” cuyo valor depende del tipo de negocio y capital declarado. Para PARKIDS, el costo es del uno por mil del Capital.

PERMISOS MUNICIPALES

Tasa de Habilitación de Locales Comerciales

- Certificado de Uso de Suelo Factible (Cuesta solamente la tasa de trámite = \$2)

- RUC
- Certificado de Cuerpo de Bomberos (Llamar a averiguar, esto suele ser lo más caro y parece que depende del tamaño del local)
- Copia de cédula
- Copia de patente del año (Se compra en Ventanillas de Financiero = \$12 para personas naturales)
- Tasa de Trámite para la Tasa de Habilitación = \$2
- Llenar Formulario de Solicitud de Tasa de Habilitación
- Contrato de Arrendamiento
- Nombramiento del Representante local (para personas jurídicas)

Permiso de Espectáculo Anual

- Tasa de Trámite. Valor \$2
- Llenar Formulario de Solicitud de Permiso de Espectáculo
- Visado DASE (se consigue en la DASE Dirección de Acción Social y Educación, Valor \$2)
- Certificado de Colegio de Ingenieros Mecánicos del Guayas
- Tasa de Habilitación del local

La tasa de habilitación te cuesta de acuerdo a los metros cuadrados según la siguiente tabla:

- 1-50 = \$30
- 51-100 = \$60

- 101-200 = \$90
- 201-500 = \$120
- 501-1000 = \$150
- **1001-2500 = \$180**
- 2501 en adelante = \$210

MARCAS

Para que PARKIDS pueda poner colocar su nombre o logo a su material publicitario, debe hacer un tramite en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) ubicada en la ciudad de Guayaquil en el edificio de la Cámara de Comercio de Guayaquil en la avenida Francisco de Orellana.

REGISTRO DE DOMINIO

El dominio de Internet se registrara en Dotster.com por un costo anual de USD 15.00. El dominio tentativo para la empresa seria: www.parkidsecuador.com. Esto nos permite reservar el nombre para nuestro futuro sitio web que nos servirá para contactos con clientes, mostrar juegos, fotos de eventos, calendario, entre otros.

ANÁLISIS SOCIAL

La empresa PARKIDS representa en el primer año al estado ecuatoriano la cantidad de USD 4,120.10 en impuesto a la renta. En el quinto año contribuiría con USD 6,304.10 por el mismo concepto.

Este negocio generaría 12 nuevas plazas de trabajo para cargos operativos con salarios superiores al mínimo vital y con bonificación variable dependiendo del rendimiento de las ventas. Adicionalmente daría la oportunidad a 2 estudiantes a trabajar en horario flexible.

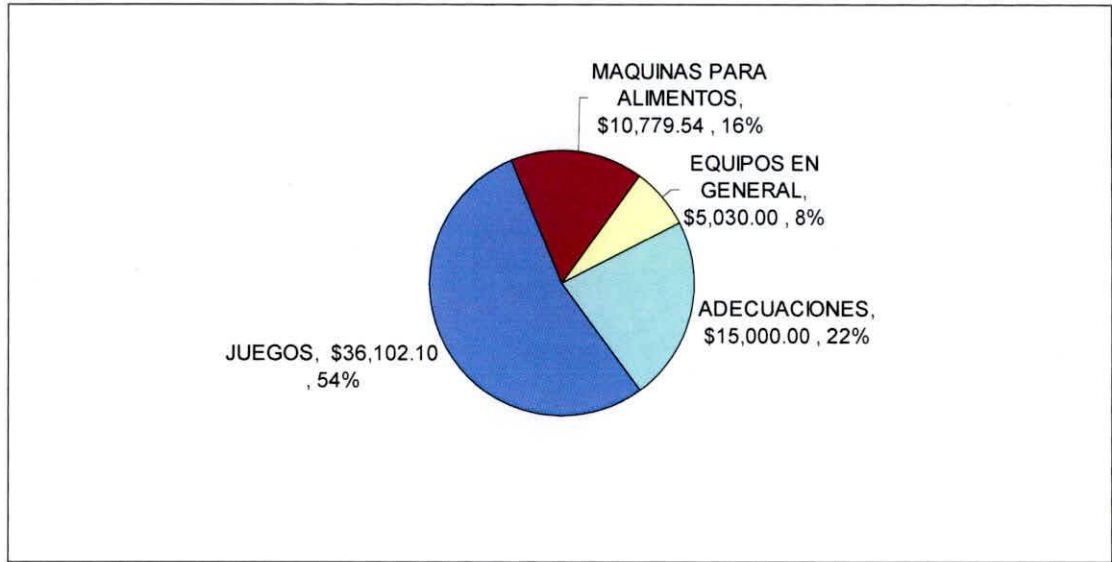
PARKIDS aporta a la recreación de los niños entre las edades de 4 a 10 años con un concepto diferente.

Entre los servicios que PARKIDS demanda a la comunidad son: limpieza, diseño publicitario, decoración y pintura, contaduría, educación y alimentación.

ANALISIS ECONOMICO

Inversiones en Activos Fijos

La inversión en activos fijos será de \$ 66,900 aproximadamente y estarán compuestos de la siguiente manera:



Los juegos se depreciaran a 5 años, las máquinas para alimentos y bebidas a 10 años, los equipos en general a 10 años excepto los equipos computacionales que son a 3 años y finalmente las adecuaciones del lugar se depreciaran a 20 años.

Para los siguientes 4 años se planea invertir \$ 29,494.10 en adquisiciones de nuevos brincolines.

Inversiones en Capital de Trabajo

Dado que PARKIDS las ventas son de contado, no existirán cuentas por cobrar y por ende nos permitirá tener una liquidez para poder sustentar el negocio.

Hemos calculado un colchón de \$ 5,000 para tener dinero en caja y poder solventar cualquier imprevisto en el cual se incluyen \$ 2,100 para la adquisición de los suministros alimenticios para procesarlos y servirlos en el parque.

Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos esta sustentado en 2 rubros principales: Venta de entradas al parque, venta de alimentos.

La venta de entradas equivale anualmente a \$74,925.00 lo que representa un 60.97% de nuestro ingreso total.

Es importante acotar que el ingreso anual es calculado para 9 meses y no para 12 debido a la estacionalidad del negocio. Durante enero, febrero y marzo los chicos prefieren hacer otras actividades y además suelen irse a la playa los fines de semana.

Presupuesto de Inventarios

Parkids utiliza Just-In-Time para la compra de suministros que se necesitan semana a semana. Mensualmente se estima la compra de \$350 en este rubro, equivalente a \$4,200 anuales.

Presupuesto de Personal

En PARKIDS contaremos con la colaboración de las siguientes personas:

1 Gerente General

1 Gerente Administrativo

1 Gerente de Operaciones

2 Cajeros

3 Supervisores de juegos

2 Atendedores de Bar

2 Parvularias

Mensualmente, se pagaran \$3,020 por concepto de sueldos donde se incluyen los respectivos beneficios sociales.

Presupuesto de Gastos Generales

Hemos presupuestado en los Gastos Generales los rubros: Publicidad, Depreciación no vinculada a los juegos ni maquinas de alimentos, Servicios básicos, Arrendamiento y suministros generales.

Estos suman un gran total de \$40,957 anuales que equivalen al 33.33% de las ventas.

Análisis de costo y punto de equilibrio

Los costos variables representan el 21.59% de los ingresos por ventas mientras que los costos fijos son el 53%.

Dada la magnitud de los costos fijos, el negocio es muy sensible a las variaciones en las ventas.

Estimando un consumo promedio de \$ 9.23 por familia cada vez que visita el parque, nuestro punto de equilibrio se sitúa en 313 familias semanales. En PARKIDS hemos estimado 370 familias semanales que nos van a permitir obtener una utilidad antes de impuesto equivalente al 9.20% de las ventas.

ANALISIS FINANCIERO

Estado de Flujo de Efectivo

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO					
ACTIVIDADES	Años				
	1	2	3	4	5
ACTIVIDADES OPERATIVAS					
(+) Ingreso por ventas	\$ 122,877.00	\$ 127,792.08	\$ 132,903.76	\$ 138,219.91	\$ 143,748.71
(-) Costo de Ventas	\$ (21,878.10)	\$ (22,753.22)	\$ (23,663.35)	\$ (24,609.89)	\$ (25,594.28)
(-) Gastos de Personal	\$ (36,240.00)	\$ (37,327.20)	\$ (38,447.02)	\$ (39,600.43)	\$ (40,788.44)
(-) Gastos de Publicidad	\$ (5,400.00)	\$ (5,562.00)	\$ (5,728.86)	\$ (5,900.73)	\$ (6,077.75)
(-) Servicios Básicos	\$ (6,000.00)	\$ (6,180.00)	\$ (6,365.40)	\$ (6,556.36)	\$ (6,753.05)
(-) Arrendamiento	\$ (24,000.00)	\$ (24,720.00)	\$ (25,461.60)	\$ (26,225.45)	\$ (27,012.21)
(-) Suministros	\$ (4,200.00)	\$ (4,326.00)	\$ (4,455.78)	\$ (4,589.45)	\$ (4,727.14)
(-) Intereses Banco	\$ (4,136.67)	\$ (2,494.06)	\$ (876.66)		
(-) Impuestos	\$ (4,120.13)	\$ (4,937.39)	\$ (5,532.53)	\$ (5,836.89)	\$ (6,304.11)
Total desembolsos	\$ (105,974.90)	\$ (108,299.87)	\$ (110,531.20)	\$ (113,319.20)	\$ (117,256.98)
TOTAL ACTIVIDADES OPERATIVAS	\$ 16,902.10	19,492.21	22,372.56	24,900.72	26,491.73
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO					
(-) Pago de préstamos	\$ 10,666.67	\$ 10,666.67	\$ 10,666.67		
TOTAL ACTIVIDADES FINANCIAMIENTO	\$ (10,666.67)	\$ (10,666.67)	\$ (10,666.67)		
ACTIVIDADES DE INVERSION					
Adquisición de Nuevos Activos	\$ (5,764.30)	\$ (9,168.60)	\$ (10,714.40)	\$ (3,846.80)	
TOTAL ACTIVIDADES INVERSION	\$ (5,764.30)	\$ (9,168.60)	\$ (10,714.40)	\$ (3,846.80)	\$ -
FLUJO DE CAJA DEL AÑO	\$ 471.13	\$ (343.06)	\$ 991.50	\$ 21,053.92	\$ 26,491.73
Saldo Periodo Anterior	\$ 5,088.36	\$ 5,559.50	\$ 5,216.44	\$ 6,207.94	\$ 27,261.85
SALDO FINAL DE CAJA	\$ 5,559.50	\$ 5,216.44	\$ 6,207.94	\$ 27,261.85	\$ 53,753.58

Flujo de Efectivo

Estado de Resultados

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS						
Ingresos						
Ingresos Por Ventas						
Entradas	\$	74,925.00	\$	77,922.00	\$	81,038.88
Alimentos	\$	47,952.00	\$	49,870.08	\$	51,864.88
Total Ingresos	\$	122,877.00	\$	127,792.08	\$	132,903.76
Costos de Venta						
Egresos Por Venta						
Costo de Entradas	\$	7,492.50	\$	7,792.20	\$	8,103.89
Costos de Alimentos	\$	14,385.60	\$	14,961.02	\$	15,559.46
Total Costo de Ventas	\$	21,878.10	\$	22,753.22	\$	23,663.35
Utilidad Bruta	\$	100,998.90	\$	105,038.86	\$	109,240.41
Gastos Administrativos						
Gastos de Personal	\$	36,240.00	\$	37,327.20	\$	38,447.02
Gastos de Publicidad	\$	5,400.00	\$	5,562.00	\$	5,728.86
Gastos por Servicios Basicos	\$	6,000.00	\$	6,180.00	\$	6,365.40
Gastos por arrendamiento	\$	24,000.00	\$	24,720.00	\$	25,461.60
Gastos por Suministros	\$	4,200.00	\$	4,326.00	\$	4,455.78
Gastos de Depreciación	\$	1,357.99	\$	1,357.99	\$	1,357.99
Total Gastos Administrativos	\$	77,197.99	\$	79,473.19	\$	81,816.64
Utilidad Operacional	\$	23,800.92	\$	25,565.67	\$	27,423.77
Costos Depreciacion						
Depreciacion de juegos	\$	7,220.42	\$	8,373.28	\$	10,207.00
Depreciacion de maquinas de alimentos	\$	1,077.95	\$	1,077.95	\$	1,077.95
Total Costos Depreciacion	\$	8,298.37	\$	9,451.23	\$	11,284.95
Gastos Financieros						
Gastos Por Intereses	\$	4,136.67	\$	2,494.06	\$	876.66
Total Gastos Financieros	\$	4,136.67	\$	2,494.06	\$	876.66
Utilidad Neta Antes de Impuestos	\$	11,365.87	\$	13,620.38	\$	15,262.16
Impuestos a la Renta y participacion	\$	4,120.13	\$	4,937.39	\$	5,532.53
Utilidad Retenida	\$	7,245.74	\$	8,682.99	\$	9,729.62

Estado de Resultados

Balance General

BALANCE GENERAL						
ACTIVOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fondos Disponibles						
Caja	\$ 5,088.36	\$ 5,559.50	\$ 5,216.44	\$ 6,207.94	\$ 27,261.85	\$ 53,753.58
Total Activos Circulantes	\$ 5,088.36	\$ 5,559.50	\$ 5,216.44	\$ 6,207.94	\$ 27,261.85	\$ 53,753.58
Propiedad, Planta y Equipo						
Juegos	\$ 36,102.10	\$ 41,866.40	\$ 51,035.00	\$ 61,749.40	\$ 65,596.20	\$ 65,596.20
Maquinarias para alimentos y bebidas	\$ 10,779.54	\$ 10,779.54	\$ 10,779.54	\$ 10,779.54	\$ 10,779.54	\$ 10,779.54
Equipos administrativos y de interiores	\$ 5,030.00	\$ 5,030.00	\$ 5,030.00	\$ 5,030.00	\$ 5,030.00	\$ 5,030.00
Otros Activos	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
Depreciación Acumulada		\$ (9,656.36)	\$ (20,465.58)	\$ (33,108.52)	\$ (47,744.35)	\$ (63,149.54)
Total Propiedad, Planta y Equipo	\$ 66,911.64	\$ 63,019.58	\$ 61,378.96	\$ 59,450.42	\$ 48,661.39	\$ 33,256.19
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 72,000.00	\$ 68,579.08	\$ 66,595.40	\$ 65,658.36	\$ 75,923.24	\$ 87,009.78
PASIVO Y PATRIMONIO						
PASIVO						
Obligaciones Bancarias	\$ 32,000.00	\$ 21,333.33	\$ 10,666.67	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE PASIVOS	\$ 32,000.00	\$ 21,333.33	\$ 10,666.67	\$ -	\$ -	\$ -
PATRIMONIO						
Capital	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00
Utilidades Acum.		\$ 7,245.74	\$ 15,928.73	\$ 25,658.36	\$ 35,923.24	\$ 47,009.78
TOTAL PATRIMONIO	\$ 40,000.00	\$ 47,245.74	\$ 55,928.73	\$ 65,658.36	\$ 75,923.24	\$ 87,009.78
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 72,000.00	\$ 68,579.08	\$ 66,595.40	\$ 65,658.36	\$ 75,923.24	\$ 87,009.78

Balance General

ANALISIS DE RIESGO E INTANGIBLES

RIESGOS DEL MERCADO

Un riesgo que tienen todos los negocios relacionados con niños pequeños es el pánico que pueden tener repentinamente los padres a partir de accidentes mortales que se dan en la urbe. De dos años atrás a la actualidad acá han fallecido más de 3 niños por balas perdidas y explosión de fuegos artificiales. Un evento así haría que la demanda baje por un lapso de tiempo. Una reducción de clientes a menos de 313 niños a la semana – punto de equilibrio de nuestro negocio- sería fatal para las aspiraciones del mismo.

Tomando en cuenta que nuestra empresa estará ubicada en una zona infantil, donde varios parques a fines están ubicados, la proliferación de otros negocios en la misma calle pueden afectar a la demanda en un largo plazo. La selección de la calle ha sido hecha a propósito ya que con más negocios infantiles se crearía un “cluster” que ayudaría al posicionamiento de la misma como una “zona de parques infantiles”.

RIESGOS TÉCNICOS

Un problema técnico que vamos a tener es la obsolescencia de los activos adquiridos a los que tendremos que dar mantenimiento todos los meses y renovarlos al final del quinto año.

Si en caso se llega a dañar una máquina para comidas tocará prescindir por unas 2 semanas del equipo hasta que lo reparen. Esto representará un gasto y una falta de ingreso por la venta del alimento preparado con esa máquina específica.

Otro riesgo técnico que podemos tener es la falla de los servicios básicos como luz y agua que son esenciales para el funcionamiento.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

En el cuadro a continuación se detallan las diferentes variaciones que puede sufrir el negocio en cuanto a la demanda de familias por semana y su impacto en el valor presente neto y la TIR.

Variacion %	-20%	-15%	-10%	-5%	100%	5%	10%	15%	20%
	80%	85%	90%	95%	100%	105%	110%	115%	120%
Demanda Esperada Sabados y Domingos	208	221	234	247	260	273	286	299	312
Demanda Esperada Miercoles a Viernes	88	94	99	105	110	116	121	127	132
Variación Total Familia Semana	296	315	333	352	370	389	407	426	444

VAN	\$ (38,342)	\$ (19,161)	\$ (989)	\$ 18,193	\$ 36,365	\$ 55,547	\$ 73,719	\$ 92,900	\$ 111,072
TIR	1.69%	11.11%	18.76%	25.96%	32.22%	38.37%	43.88%	49.43%	54.49%

El siguiente cuadro es parecido al anterior pero tomando como referencia las 370 familias a la semana, se hace variación en el precio.

Variacion %	-20%	-15%	-10%	-5%	100%	5%	10%	15%	20%
	80%	85%	90%	95%	100%	105%	110%	115%	120%
Variación Total Precio	\$ 4.50	\$ 4.79	\$ 5.07	\$ 5.35	\$ 5.63	\$ 5.91	\$ 6.19	\$ 6.47	\$ 6.76

VAN	\$ (13,514)	\$ (656)	\$ 11,758	\$ 24,172	\$ 36,365	\$ 49,001	\$ 61,415	\$ 73,829	\$ 86,687
TIR	13.59%	18.89%	23.63%	28.07%	32.22%	36.32%	40.18%	43.92%	47.66%

Como conclusión, podemos decir que este negocio es muy sensible a las variaciones que de afluencia de personas a la semana.

EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO

Para la evaluación del proyecto con financiamiento del banco estamos tomando el costo promedio ponderado de capital en 19.15%.

	Estructura de capital	Proporción	Costo (%)	CPPC
Pasivo	32,000.00	44%	9.56%	4.25%
Capital	40,000.00	56%	26.81%	14.90%
	72,000.00	100%		19.15%

Luego de obtener el flujo de caja libre, el valor presente neto -descontado al costo promedio ponderado de capital- es igual a USD 36,365.01 con una tasa interna de retorno del 32.22%.

La tasa esperado por el accionista ha sido obtenida con la formula del CAPM donde:

- La tasa libre de riesgo (bonos del tesoro) es 3.99% a 5 años,
- La prima de riesgo en los EE.UU es de 9.20%
- La beta para este ejercicio es 1.82 tomada de 4 Kids Entertainment Inc.
- Además se sumo el riego país equivalente a 6.08%.

La tasa interna de retorno y el valor presente neto son aceptables y van acorde a una economía como la ecuatoriana que no termina de salir de la recesión.

ANEXOS

Inversión de Activos

INVERSION DE ACTIVOS FIJOS									
Descripción Activos	Unidades	Costo Unitario	Costo Total	Margen de Importacion	Costo Final 0	Costo Final 1	Costo Final 2	Costo Final 3	Costo Final 4
Activos Juegos					\$ 36,102.10	\$ 5,764.30	\$ 9,168.60	\$ 10,714.40	\$ 3,846.80
Brincolines edades de 4 a 5 años (A)	1	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 684.00	\$ 4,484.00			\$ 4,484.00	
Brincolines edades de 4 a 5 años (B)	1	\$ 1,970.00	\$ 1,970.00	\$ 354.60	\$ 2,324.60		\$ 2,324.60		
Brincolines edades de 6 a 8 años (C)	1	\$ 5,800.00	\$ 5,800.00	\$ 1,044.00	\$ 6,844.00		\$ 6,844.00		
Brincolines edades de 6 a 8 años (D)	1	\$ 3,260.00	\$ 3,260.00	\$ 586.80	\$ 3,846.80				\$ 3,846.80
Brincolines edades de 9 a 10 años (E)	1	\$ 4,885.00	\$ 4,885.00	\$ 879.30	\$ 5,764.30	\$ 5,764.30			
Brincolines edades de 9 a 10 años (F)	1	\$ 5,280.00	\$ 5,280.00	\$ 950.40	\$ 6,230.40			\$ 6,230.40	
"Big Toys" Juegos de motricidad gruesa (G)	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 450.00	\$ 2,950.00				
"Big Toys" Juegos de motricidad gruesa (H)	1	\$ 3,100.00	\$ 3,100.00	\$ 556.00	\$ 3,656.00				
Activos Comidas					\$ 10,779.54	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Canguilera	1	\$ 1,144.00	\$ 1,144.00	\$ 205.92	\$ 1,349.92				
Algodon de Azucar	1	\$ 795.00	\$ 795.00	\$ 143.10	\$ 938.10				
Mini Donut	1	\$ 695.00	\$ 695.00	\$ 125.10	\$ 820.10				
Churros	1	\$ 995.00	\$ 995.00	\$ 179.10	\$ 1,174.10				
Pizza	1	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 63.00	\$ 413.00				
Corn Dog	1	\$ 1,495.00	\$ 1,495.00	\$ 269.10	\$ 1,764.10				
Drink Freezers	1	\$ 2,795.00	\$ 2,795.00	\$ 503.10	\$ 3,298.10				
Granizados	1	\$ 739.00	\$ 739.00	\$ 133.02	\$ 872.02				
Carreta de Hot Dogs (Don Diego)	1	\$ 127.20	\$ 127.20	\$ 22.90	\$ 150.10				
Activos Equipos de Oficina					\$ 5,030.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Escritorio	2	\$ 85.00	\$ 170.00	\$ -	\$ 170.00				
Caja Registradora	2	\$ 250.00	\$ 500.00	\$ -	\$ 500.00				
Congelador	1	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ -	\$ 120.00				
Juguetes	1	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ -	\$ 800.00				
Equipo de Sonido	1	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ -	\$ 350.00				
Mesas	1	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ -	\$ 250.00				
Telefono	2	\$ 20.00	\$ 40.00	\$ -	\$ 40.00				
Sillas	2	\$ 40.00	\$ 80.00	\$ -	\$ 80.00				
Tachos de desperdicios	1	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ -	\$ 20.00				
Archivador	1	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ -	\$ 160.00				
Fax	1	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ -	\$ 150.00				
Extintor	1	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ -	\$ 30.00				
Archivados	1	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ -	\$ 160.00				
Aire Acondicionado	1	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ -	\$ 350.00				
Computadora	1	\$ 450.00	\$ 450.00	\$ -	\$ 450.00				
DVD	1	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ -	\$ 200.00				
Proyector	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ -	\$ 1,200.00				
Otros Activos					\$ 15,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Adecuaciones del lugar	1	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ -	\$ 15,000.00				
Total Activos					\$ 66,911.64	\$ 5,764.30	\$ 9,168.60	\$ 10,714.40	\$ 3,846.80

Análisis de ventas

ANALISIS DE VENTAS					
Ingresos	Sabado y Domingo	Miercoles a Viernes	Total Semanales	Total Mensual	Total Ventas Anual
Demanda de Familias	260	110	370	1480	13320
Ventas de entradas	\$ 1,462.50	\$ 618.75	\$ 2,081.25	\$ 8,325.00	\$ 74,925.00
Ventas \$ Por Alimentos	\$ 936.00	\$ 396.00	\$ 1,332.00	\$ 5,328.00	\$ 47,952.00
				\$ 13,653.00	\$ 122,877.00

Presupuesto de personal

PRESUPUESTO DE PERSONAL CONTRATO FIJO								
Colaboradores	No. de personas	Mensual Sueldo + Benef. Soc.	Anual Sueldo + Benef. Soc.	Anio 1	Anio 2	Anio 3	Anio 4	Anio 5
Personal de Operaciones y Administrativo								
Gerente General	1	\$ 700.00	\$ 8,400.00	\$ 8,652.00	\$ 8,911.56	\$ 9,176.91	\$ 9,454.27	\$ 9,737.90
Gerente Administrativo	1	\$ 350.00	\$ 4,200.00	\$ 4,326.00	\$ 4,455.78	\$ 4,589.45	\$ 4,727.14	\$ 4,868.95
Gerente Operativo	1	\$ 350.00	\$ 4,200.00	\$ 4,326.00	\$ 4,455.78	\$ 4,589.45	\$ 4,727.14	\$ 4,868.95
Personal Operativo								
Cajera	2	\$ 180.00	\$ 4,320.00	\$ 4,449.60	\$ 4,583.09	\$ 4,720.58	\$ 4,862.20	\$ 5,008.06
Supervisor de juegos	3	\$ 180.00	\$ 6,480.00	\$ 6,674.40	\$ 6,874.63	\$ 7,080.87	\$ 7,293.30	\$ 7,512.10
Personal de Bar	2	\$ 180.00	\$ 4,320.00	\$ 4,449.60	\$ 4,583.09	\$ 4,720.58	\$ 4,862.20	\$ 5,008.06
Personal de Panfularias	2	\$ 180.00	\$ 4,320.00	\$ 4,449.60	\$ 4,583.09	\$ 4,720.58	\$ 4,862.20	\$ 5,008.06
TOTAL		\$	36,240.00	\$ 37,327.28	\$ 38,447.02	\$ 39,600.43	\$ 40,788.44	\$ 42,012.09

Presupuesto de ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS					
Años					
	1	2	3	4	5
Ventas					
Entradas	\$ 74,925.00	\$ 77,922.00	\$ 81,038.88	\$ 84,280.44	\$ 87,651.65
Alimentos	\$ 47,952.00	\$ 49,870.08	\$ 51,864.88	\$ 53,939.48	\$ 56,097.06
TOTAL	\$ 122,877.00	\$ 127,792.08	\$ 132,903.76	\$ 138,219.91	\$ 143,748.71
Costos directos					
Entradas	\$ 7,492.50	\$ 7,792.20	\$ 8,103.89	\$ 8,428.04	\$ 8,765.17
Alimentos	\$ 14,385.60	\$ 14,961.02	\$ 15,559.46	\$ 16,181.84	\$ 16,829.12
TOTAL	\$ 21,878.10	\$ 22,753.22	\$ 23,663.35	\$ 24,609.89	\$ 25,594.28
Gastos de depreciacion					
Juegos	\$ 7,220.42	\$ 8,373.28	\$ 10,207.00	\$ 12,349.88	\$ 13,119.24
Maquinas de alimentos	\$ 1,077.95	\$ 1,077.95	\$ 1,077.95	\$ 1,077.95	\$ 1,077.95
TOTAL	\$ 8,298.37	\$ 9,451.23	\$ 11,284.95	\$ 13,427.83	\$ 14,197.19
Utilidad bruta en dolares	\$ 92,700.53	\$ 95,587.62	\$ 97,955.46	\$ 100,182.19	\$ 103,957.23

FLUJO DE CAJA LIBRE

FLUJO DE CAJA LIBRE						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$ 122,877.00	\$ 127,792.08	\$ 132,903.76	\$ 138,219.91	\$ 143,748.71
(-) Costo de Ventas		\$ 21,878.10	\$ 22,753.22	\$ 23,663.35	\$ 24,609.89	\$ 25,594.28
(-) Gastos Operacionales		\$ 77,197.99	\$ 79,473.19	\$ 81,816.64	\$ 84,080.42	\$ 86,566.59
Margen operativo bruto (BAAIT) (Utilidad Operacional)		\$ 23,800.92	\$ 25,565.67	\$ 27,423.77	\$ 29,529.61	\$ 31,587.84
(-) Costo de Depreciacion		\$ 8,298.37	\$ 9,451.23	\$ 11,284.95	\$ 13,427.83	\$ 14,197.19
Beneficio antes de impuestos e intereses (BAIT)		\$ 15,502.54	\$ 16,114.44	\$ 16,138.82	\$ 16,101.78	\$ 17,390.65
(-) Impuestos		\$ 4,120.13	\$ 4,937.39	\$ 5,532.53	\$ 5,836.89	\$ 6,304.11
Beneficio neto (BDT) (Despues de intereses)		\$ 11,382.41	\$ 11,177.05	\$ 10,606.28	\$ 10,264.88	\$ 11,086.54
(+) Costo de Depreciacion		\$ 8,298.37	\$ 9,451.23	\$ 11,284.95	\$ 13,427.83	\$ 14,197.19
(+) Gastos Depreciacion		\$ 1,357.99	\$ 1,357.99	\$ 1,357.99	\$ 1,208.00	\$ 1,208.00
(-) Inversión en A. fijos	\$ 66,911.64	\$ 5,764.30	\$ 9,168.60	\$ 10,714.40	\$ 3,846.80	\$ -
(-) Inversión en Capital de trabajo	\$ 5,088.36	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de Caja Libre	\$ 72,000.00	\$ 15,274.47	\$ 12,817.67	\$ 12,534.82	\$ 21,053.92	\$ 26,491.73
Valor Residual						\$ 138,362.10
	\$ (72,000.00)	\$ 15,274.47	\$ 12,817.67	\$ 12,534.82	\$ 21,053.92	\$ 164,853.83
Valor Presente Neto	\$36,365.01					
Tasa Interna de Retorno	32.22%					

Prestamo Bancario

PRESUPUESTO PRESTAMO BANCARIO					
Año	Monto	Abono	Intereses	Pago total	Saldo
1	32,000.00	10,666.67	4,136.67	14,803.34	21,333.33
2	21,333.33	10,666.67	2,494.06	13,160.73	10,666.67
3	10,666.67	10,666.67	876.66	11,543.33	-
	TOTAL	32,000.00	7,507.39	39,507.39	

El préstamo bancario será solicitado al Banco Bolivariano a una tasa del 15% con pagos mensuales.

En la tabla se han totalizado por año, los pagos de intereses y principal.

Presupuesto de gastos

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS					
GASTOS	Años				
	1	2	3	4	5
Gastos de Personal	\$ 36,240.00	\$ 37,327.20	\$ 38,447.02	\$ 39,600.43	\$ 40,788.44
Gastos de Publicidad	\$ 5,400.00	\$ 5,562.00	\$ 5,728.86	\$ 5,900.73	\$ 6,077.75
Gastos de Depreciacion	\$ 1,357.99	\$ 1,357.99	\$ 1,357.99	\$ 1,208.00	\$ 1,208.00
Gastos por Servicios Basicos	\$ 6,000.00	\$ 6,180.00	\$ 6,365.40	\$ 6,556.36	\$ 6,753.05
Gastos por arrendamiento	\$ 24,000.00	\$ 24,720.00	\$ 25,461.60	\$ 26,225.45	\$ 27,012.21
Gastos por Suministros	\$ 4,200.00	\$ 4,326.00	\$ 4,455.78	\$ 4,589.45	\$ 4,727.14
	\$ 77,197.99	\$ 79,473.19	\$ 81,816.64	\$ 84,080.42	\$ 86,566.59

Depreciación

DEPRECIACION					
INVERSIONES EN ACTIVOS		Depreciacion Por Año			
	1	2	3	4	5
Activos Juegos	\$ 7,220.42	\$ 8,373.28	\$ 10,207.00	\$ 12,349.88	\$ 13,119.24
Brincolines edades de 4 a 5 años (A)	\$ 896.80	\$ 896.80	\$ 896.80	\$ 1,793.60	\$ 1,793.60
Brincolines edades de 4 a 5 años (B)	\$ 464.92	\$ 464.92	\$ 929.84	\$ 929.84	\$ 929.84
Brincolines edades de 6 a 8 años (C)	\$ 1,368.80	\$ 1,368.80	\$ 2,737.60	\$ 2,737.60	\$ 2,737.60
Brincolines edades de 6 a 8 años (D)	\$ 769.36	\$ 769.36	\$ 769.36	\$ 769.36	\$ 1,538.72
Brincolines edades de 9 a 10 años (E)	\$ 1,152.86	\$ 2,305.72	\$ 2,305.72	\$ 2,305.72	\$ 2,305.72
Brincolines edades de 9 a 10 años (F)	\$ 1,246.08	\$ 1,246.08	\$ 1,246.08	\$ 2,492.16	\$ 2,492.16
"Big Toys" Juegos de motricidad gruesa (G)	\$ 590.00	\$ 590.00	\$ 590.00	\$ 590.00	\$ 590.00
"Big Toys" Juegos de motricidad gruesa (H)	\$ 731.60	\$ 731.60	\$ 731.60	\$ 731.60	\$ 731.60
Activos Comidas	\$ 1,077.95	\$ 1,077.95	\$ 1,077.95	\$ 1,077.95	\$ 1,077.95
Canguilera	\$ 134.99	\$ 134.99	\$ 134.99	\$ 134.99	\$ 134.99
Algodon de Azucar	\$ 93.81	\$ 93.81	\$ 93.81	\$ 93.81	\$ 93.81
Mini Donut	\$ 82.01	\$ 82.01	\$ 82.01	\$ 82.01	\$ 82.01
Churros	\$ 117.41	\$ 117.41	\$ 117.41	\$ 117.41	\$ 117.41
Pizza	\$ 41.30	\$ 41.30	\$ 41.30	\$ 41.30	\$ 41.30
Corn Dog	\$ 176.41	\$ 176.41	\$ 176.41	\$ 176.41	\$ 176.41
Drink Freezers	\$ 329.81	\$ 329.81	\$ 329.81	\$ 329.81	\$ 329.81
Granizados	\$ 87.20	\$ 87.20	\$ 87.20	\$ 87.20	\$ 87.20
Carreta de Hot Dogs (Don Diego)	\$ 15.01	\$ 15.01	\$ 15.01	\$ 15.01	\$ 15.01
Activos Equipos de Oficina	\$ 607.99	\$ 607.99	\$ 607.99	\$ 458.00	\$ 458.00
Escritorio	\$ 17.00	\$ 17.00	\$ 17.00	\$ 17.00	\$ 17.00
Caja Registradora	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
Congelador	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00
Juguetes	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
Equipo de Sonido	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 35.00
Mesas	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00
Telefono	\$ 4.00	\$ 4.00	\$ 4.00	\$ 4.00	\$ 4.00
Sillas	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00
Tachos de desperdicios	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 2.00
Archivador	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00
Fax	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00
Extintor	\$ 3.00	\$ 3.00	\$ 3.00	\$ 3.00	\$ 3.00
Archivados	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00
Aire Acondicionado	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 35.00
Computadora	\$ 149.99	\$ 149.99	\$ 149.99		
DVD	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
Proyector	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00
Otros Activos	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00
ADECUACIONES DEL LUGAR	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00
Total Inversiones	\$ 9,656.36	\$ 10,809.22	\$ 12,642.94	\$ 14,635.83	\$ 15,405.19

Investigación Exploratoria

Ing. Gabriela Martínez (Propietaria de parque infantil Funny Place)

- Definición del tamaño del mercado esta muy amplio.
- Los niños de menor edad son los que mas gastan .
- Cuenca existe un parque “Fun Zone” el cual se expresó muy bien y tiene éxito debido a que esta dividido de acuerdo a las diferentes edades de los niños.
- Recomendación que los juegos sea de plástico y no de fierro puro.
- Unas de nuestras ventajas que deberíamos atacar es la seguridad física con lo niños ya que ningún parque en la actualidad lo hace.
- La localidad debería estar en la zona de Kennedy Norte atrás de mi Juguetería Terrenos del municipio.
- Actualmente tiene invertido 30000 dólares en todo su negocio.
- Algunos de los servicios que se prestan son:
 - Carreta de Algodón de azúcar
 - Canguil
 - Hot dog
 - Helados
 - Fiestas Temáticas
 - Tortas
- Para la elaboración de fiestas muchas veces hace uso de estudiantes de la escuela de artes de universidad estatal.

- Nos hizo referencia sobre los brincones que los niños no les gusta según la experiencia de ella.
- Temporadas bajas en el año específicamente la temporada de playa y la temporada escolar. (Febrero - Abril)
- Los juegos se deprecian a 5 años.
- Nos modifíco un poco la idea sobre el parque que podríamos agregar juegos del tipo de Mc. Donalds y KFC. (Llamar BigToys Representantes en el Ecuador).
- Considerar la Marca “Little Tikes”

Lic. Ana Maria Zambrano (Profesora Alemán Humboldt Pre-escolar)

- Segmentación del parque infantil debe ser de 4-6 años y de 7-10 años.
- Pisos Formix
- Normalmente a los niños si les interesa los brincones y mucho mas los Big Toys.
- Considerar en los juegos para los mas pequeños que mejoren la motricidad gruesa. Y para los mas grandes motricidad fina (pintura, acuarelas).
- Adicionar juegos de carros sin motor impulsados por los pies de los niños.
- Resbaladeras, columpios, llantas que se mecen.
- Para los niños mas grandes les interesa correr, brinca el equilibrio la aventura y los deportes.
- Considerar colocar cancha de fútbol pequeña removible.
- Con las obras de artes, títeres, mimos se distraen mucho. (Obra de teatro de personajes favoritos) .
- Agregar al parque tipo de guardería.
- Cama elásticas. (Colocar en el parque áreas cubiertas)
- El área donde van a estar lo niños el piso debe ser sintético o de algún materia que no ocasionen daños. seguridad física)
- A los niños les gustan mucho los caballos.
- Las edades de 4-6 años target perfecto salta-salta y títeres.
- En el centro comercial plaza triangulo Zinder centro local de venta de articulos para escolar).

Ing. Carlos Luis Barco – Propietario de Island Party

- En el centro comercial plaza triangulo Zinder centro local de venta de articulos para escolar).
- El negocio de los juegos infantiles es muy sensible a la época de playa (Enero – Febrero – Marzo).
- Recomendación: Hacer un parque en esos meses en la playa o cerrar el de Guayaquil.
- Hay fábrica nacional que hace juegos para niños. (Investigar Intaco...)
- El nombre del fabricante está en las placas de los juegos del malecón 2000.
- Island Party posee 5 brincolines.
- Dos clases de brincolines: 2 - 5 años 6 – 9 años
- Se necesita un hombre que este chequeando el brincolin por si acaso se empieza desinflar.
- Los brincolines tienen una vida útil de 5 años.
- El mantenimiento que se le da: parches, lavado, cosida de costuras.
- \$120.00 por mantenimiento
- Energía eléctrica 2 caballos de fuerza.
- El alquiler de brincolines suele recuperarse en 6 meses.
- El área del brincolin es de 4 metros cuadrados.
- Motor estándar puede ser comprado en Ferretería Espinoza.

- El Jimbo Park de Mall del Sol quebró por mala administración. Afuera te revendían las entradas a menor precio.
- La garantía a 6 meses te dan los brincolines TIJUANA.
- Carretas importadas – GOLD MEDAL
 - Hamburguesas
 - Hot Dogs
 - Granizado
 - Canguil
 - Algodón de azúcar
 - Nachos con queso
- Zonas recomendadas
- CEIBOS, FRANCISCO DE ORELLANA, GARZOTA-ALBORADA

RECOMENDACIONES:

- Baños especiales para niños pequeños.
- Lugar para las presentaciones de payasos / títeres.
- Supervisor de eventos.