



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

TEMA:

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CENTRO DE DIVERSIONES PARA PADRES E HIJAS EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

AUTORA:

MACÍAS LÓPEZ, LESLIE AMANDA

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
INGENIERA EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE**

TUTOR:

ING. CARLOS RAÚL CARPIO FREIRE, MSC

Guayaquil, Ecuador

2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **MACÍAS LÓPEZ, LESLIE AMANDA**, como requerimiento para la obtención del título de **INGENIERA EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE**.

TUTOR (A)

f. _____
ING. CARLOS RAÚL CARPIO FREIRE, MSC

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
ING. ÁNGEL CASTRO PEÑARRETA, MBA

Guayaquil, a los 21 del mes de septiembre del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Macías López, Leslie Amanda

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una empresa de centro de diversiones para padres e hijas en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Desarrollo de Negocios Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 21 del mes de septiembre del año 2017

LA AUTORA

f. _____
Macías López, Leslie Amanda



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

AUTORIZACIÓN

Yo, Macías López, Leslie Amanda

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una empresa de centro de diversiones para padres e hijas en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 21 del mes de septiembre del año 2017

LA AUTORA:

f. _____
Macías López, Leslie Amanda

REPORTE URKUND



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS LESLIE MACIAS.docx (D30285195)
Submitted: 2017-08-29 21:42:00
Submitted By: cecivel@yahoo.com
Significance: 1 %

Sources included in the report:

BORRADOR_apuroTOT.doc (D13365946)
evaluación para la creación de un parque acuático para el cantón yaguachi.docx (D18995505)
Tesis Gavilanes-Barrera.pdf (D16516173)
<http://www.revistalideres.ec/lideres/diversion-aprendizaje-dan-vida-emprendimiento.html>

Instances where selected sources appear:

8



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios todo poderoso por darme salud y por haber puesto grandes personas durante mi vida profesional.

Agradezco de manera especial a mis padres Pedro Macías y Francia López quienes fueron el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional, sentaron en mí las bases de responsabilidad y deseos de superación, en ellos tengo el espejo el cual me quiero reflejar puesto que sus virtudes infinitas, sus esfuerzos y sus grandes corazones me llevan a admirarlos cada día más.

A mis hermanos David Macías y Jonathan Macías que son personas que me han ofrecido el amor y la calidez de la familia a la cual amo.

A mi novio Marlon Gurumendi por ser mi mano derecha durante mi carrera profesional, quien me ha dado amor y mucha alegría, quien me enseñó a que un resbalón no es una caída y que siempre hay que volverse a levantar con la mirada en alto.

Y para finalizar, también agradezco a todos mis amigos y compañeros de clases durante todos los niveles de Universidad ya que gracias al compañerismo, amistad y apoyo moral han aportado en un alto porcentaje a mis ganas de seguir adelante en mi carrera profesional.

**Leslie Amanda Macías
López.**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

DEDICATORIA

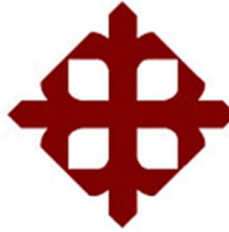
Dedico este trabajo de Titulación primero a Dios por haberme dado salud y haberme puesto los conocimientos necesarios durante todo mi proceso universitario.

A mis padres por haberme apoyado durante todo mi vida y ser el pilar fundamental para poder terminar mi carrera universitaria y ser una profesional.

A mis hermanos por haber sido un apoyo durante este proceso.

A mi novio por siempre estar conmigo en los buenos y malos momentos, y que a pesar de la distancia siempre estuvo presente.

**Leslie Amanda Macías
López.**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

ING. ÁNGEL CASTRO PEÑARRETA, MBA
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

LCDA. BEATRIZ ANNABELL LOOR AVILA, MSC
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

ING. ÁNGEL CASTRO PEÑARRETA, MBA
OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE EMPRENDIMIENTO

CALIFICACIÓN

f. _____

ING. CARLOS RAÚL CARPIO FREIRE, MSC

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|-------|
| PORTADA..... | i |
| CERTIFICACIÓN | ii |
| DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD..... | iii |
| AUTORIZACIÓN | iv |
| REPORTE URKUND | v |
| AGRADECIMIENTO | vi |
| DEDICATORIA | vii |
| TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN | viii |
| CALIFICACIÓN | ix |
| ÍNDICE GENERAL..... | x |
| ÍNDICE DE TABLAS | xv |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | xvii |
| RESUMEN | xviii |
| ABSTRACT..... | xix |
| INTRODUCCIÓN | 20 |
| CAPÍTULO 1 | 23 |
| DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN..... | 23 |
| 1.1. Tema – Título..... | 24 |
| 1.2. Justificación..... | 24 |
| 1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio | 25 |
| 1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio..... | 26 |
| 1.5. Objetivos de la Investigación | 27 |
| 1.5.1. Objetivo General | 27 |
| 1.5.2. Específicos | 27 |
| 1.6. Determinación del método de investigación y técnica de recogida y análisis de la información..... | 28 |
| 1.7. Planteamiento del problema..... | 29 |
| 1.8. Fundamentación teórica del trabajo de titulación | 30 |
| 1.9. Formulación de la hipótesis y las preguntas de investigación de las cuales se establecerán los objetivos | 39 |
| 1.10. Cronograma..... | 40 |
| CAPÍTULO 2 | 41 |

| | |
|--|----|
| DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO..... | 41 |
| 2.1 Análisis de la oportunidad..... | 42 |
| 2.1.1. Descripción de la idea de negocio..... | 42 |
| 2.1.2. Descripción de la idea de producto o servicio | 44 |
| 2.1.3. Descripción del servicio..... | 44 |
| 2.3. Misión, visión y valores de la empresa | 45 |
| 2.3.1. Misión | 45 |
| 2.3.2. Visión | 45 |
| 2.3.3. Valores corporativos | 45 |
| 2.4. Objetivos de la empresa | 46 |
| 2.4.1. Objetivo general | 46 |
| 2.4.2. Objetivos específicos | 46 |
| CAPÍTULO 3 | 48 |
| ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA | 48 |
| 3.1. Aspecto Societario de la Empresa..... | 49 |
| 3.1.1. Generalidades (Tipo de empresa)..... | 49 |
| 3.1.2. Fundación de la empresa..... | 49 |
| 3.1.3. Capital social, acciones y participaciones | 50 |
| 3.2. Políticas de Buen Gobierno Corporativo | 50 |
| 3.2.1. Código de Ética | 50 |
| 3.3. Propiedad Intelectual..... | 51 |
| 3.3.1. Registro de Marca | 51 |
| 3.3.2. Derecho de Autor del Proyecto | 52 |
| CAPÍTULO 4 | 53 |
| AUDITORÍA DE MERCADO | 53 |
| 4.1 PEST | 54 |
| 4.2. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria..... | 58 |
| 4.3. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado | 60 |
| 4.4. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter..... | 61 |
| 4.5. Análisis de la Oferta..... | 64 |
| 4.5.1. Tipo de Competencia | 64 |
| 4.5.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial | 65 |
| 4.5.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio..... | 66 |
| 4.5.4 Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa | 70 |
| 4.6. Análisis de la Demanda..... | 72 |
| 4.6.1. Segmentación de mercado..... | 73 |
| 4.6.2. Criterios de la segmentación | 74 |
| 4.6.3. Selección de Segmentos..... | 74 |

| | |
|---|-----|
| 4.6.4. Perfiles de los segmentos | 74 |
| 4.7. Matriz FODA | 75 |
| 4.8. Investigación de mercado..... | 77 |
| 4.8.1. Método | 77 |
| 4.8.2. Diseño de la investigación | 78 |
| 4.8.2. Conclusiones de la Investigación de Mercado | 93 |
| 4.8.3. Recomendaciones de la Investigación de Mercado | 94 |
| CAPÍTULO 5 | 96 |
| PLAN DE MARKETING | 96 |
| 5.1. Objetivos: General y Específicos | 97 |
| 5.1.1. Mercado Meta | 97 |
| 5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración | 98 |
| 5.1.1.2. Cobertura..... | 98 |
| 5.2. Posicionamiento | 99 |
| 5.3. Marketing Mix | 99 |
| 5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios..... | 99 |
| 5.3.2. Estrategia de Precios | 101 |
| 5.3.3. Estrategia de Plaza | 103 |
| 5.3.4. Estrategias de Promoción..... | 108 |
| 5.3.5. Presupuesto de Marketing | 120 |
| CAPÍTULO 6 | 121 |
| PLAN OPERATIVO..... | 121 |
| 6.1. Producción | 122 |
| 6.1.1. Proceso Productivo | 122 |
| 6.1.2. Flujogramas de procesos | 123 |
| 6.1.3. Infraestructura | 124 |
| 6.1.4. Mano de Obra..... | 125 |
| 6.1.5. Capacidad Instalada | 126 |
| 6.1.6. Presupuesto | 126 |
| 6.2. Gestión de Calidad | 127 |
| 6.3. Gestión Ambiental | 130 |
| 6.3.1. Políticas de protección ambiental | 130 |
| 6.3.2. Procesos de control ambiental..... | 131 |
| 6.3.3. Presupuesto | 131 |
| 6.4. Gestión de Responsabilidad Social | 131 |
| 6.4.1. Políticas de protección social | 131 |
| 6.4.2. Presupuesto | 132 |
| 6.5. Estructura Organizacional..... | 132 |
| 6.5.1. Organigrama..... | 132 |
| 6.5.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias..... | 133 |
| 6.5.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos | 135 |

| | |
|--|-----|
| CAPÍTULO 7 | 136 |
| ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO-TRIBUTARIO..... | 136 |
| 7.1. Inversión Inicial | 137 |
| 7.1.1. Tipo de Inversión | 137 |
| 7.1.2. Financiamiento de la Inversión | 138 |
| 7.1.3. Cronograma de Inversiones | 140 |
| 7.2. Análisis de Costos | 141 |
| 7.2.1. Costos Fijos y Variables..... | 141 |
| 7.3. Capital de Trabajo | 142 |
| 7.3.1. Gastos Operativos | 142 |
| 7.3.2. Gastos Administrativos | 142 |
| 7.3.3. Gastos de Ventas | 143 |
| 7.4. Análisis de Variables Críticas | 144 |
| 7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes | 144 |
| 7.4.2. Proyección de costos e ingresos en función de la proyección de ventas | 144 |
| 7.5. Entorno Fiscal de la Empresa..... | 146 |
| 7.6. Estados Financieros proyectados | 146 |
| 7.6.1. Balance General | 147 |
| 7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias..... | 148 |
| 7.6.3. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital | 149 |
| 7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples..... | 150 |
| 7.8. Razones Financieras..... | 151 |
| 7.8.1. Liquidez..... | 151 |
| 7.8.2. Gestión | 152 |
| 7.8.3. Endeudamiento..... | 152 |
| 7.8.4. Rentabilidad | 153 |
| 7.9. Conclusión del estudio financiero..... | 153 |
| CAPÍTULO 8 | 155 |
| PLAN DE CONTIGENCIA..... | 155 |
| 8.1. Principales riesgos..... | 156 |
| 8.2. Monitoreo y control del riesgo..... | 157 |
| 8.3. Acciones Correctivas | 157 |
| CAPÍTULO 9 | 159 |
| CONCLUSIONES | 159 |
| CAPÍTULO 10 | 161 |
| RECOMENDACIONES | 161 |
| CAPÍTULO 11 | 163 |
| FUENTES | 163 |

| | |
|--------------------|-----|
| BIBLIOGRAFÍA | 164 |
| CAPÍTULO 12..... | 168 |
| ANEXO..... | 168 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----|
| Tabla 1 Cronograma del proyecto..... | 40 |
| Tabla 2 Breve descripción del modelo de negocio | 43 |
| Tabla 3 Características de la competencia | 70 |
| Tabla 4 Criterios de la segmentación..... | 74 |
| Tabla 5 Matriz FODA | 76 |
| Tabla 6 Estrategia FODA..... | 77 |
| Tabla 7 Tamaño de la muestra | 79 |
| Tabla 8 Estado actual | 81 |
| Tabla 9 Edad de su hija | 82 |
| Tabla 10 Días de la semana que dedica a su hija | 83 |
| Tabla 11 Ayuda en el cuidado de su hija | 84 |
| Tabla 12 Cuidado de su hija en horas laborales..... | 85 |
| Tabla 13 Actividad en tiempos libres..... | 86 |
| Tabla 14 Actividades que realiza en su tiempo libre con su hija..... | 87 |
| Tabla 15 Situación económica | 88 |
| Tabla 16 Conoce de lugares centrados a la diversión y aprendizaje infantil | 89 |
| Tabla 17 Lugares de recreación infantil que conozca..... | 90 |
| Tabla 18 Aceptación por un lugar de recreación y aprendizaje para niñas..... | 91 |
| Tabla 19 Lugar de preferencia | 92 |
| Tabla 20 Plan de medios | 114 |
| Tabla 21 Cronograma de actividades de promoción..... | 119 |
| Tabla 22 Presupuestos de Marketing | 120 |
| Tabla 23 Equipos operativos..... | 125 |
| Tabla 24 Manual de funciones | 135 |
| Tabla 25 Inversión fija | 137 |
| Tabla 26 Inversión diferida | 138 |
| Tabla 27 Inversión corriente | 138 |
| Tabla 28 Financiamiento de la inversión | 138 |

| | | |
|----------|--|-----|
| Tabla 29 | Tabla de amortización..... | 139 |
| Tabla 30 | Cronograma de inversiones..... | 140 |
| Tabla 31 | Costos fijos y variables | 141 |
| Tabla 32 | Gastos Operativos | 142 |
| Tabla 33 | Gastos administrativos | 142 |
| Tabla 34 | Detalle de gastos de servicios básicos..... | 143 |
| Tabla 35 | Gastos de ventas..... | 143 |
| Tabla 36 | Detalle de gastos de marketing | 144 |
| Tabla 37 | Determinación del precio | 144 |
| Tabla 38 | Proyección de costos..... | 145 |
| Tabla 39 | Proyección de ventas durante el primer año | 145 |
| Tabla 40 | Proyección de ventas en cinco años..... | 145 |
| Tabla 41 | Punto de equilibrio | 146 |
| Tabla 42 | Balance General | 147 |
| Tabla 43 | Estado de pérdidas y ganancias..... | 148 |
| Tabla 44 | Flujo de caja proyectado | 148 |
| Tabla 45 | Cálculo del TIR y VAN | 149 |
| Tabla 46 | Análisis de sensibilidad..... | 150 |
| Tabla 47 | Razones de liquidez | 151 |
| Tabla 48 | Razones de gestión..... | 152 |
| Tabla 49 | Razones de endeudamiento..... | 152 |
| Tabla 50 | Razones de rentabilidad | 153 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|-----|
| Gráfico 1. Ciclo de vida del producto en el mercado..... | 60 |
| Gráfico 2. Poder de negociación de los proveedores | 62 |
| Gráfico 3. Competencia indirecta | 65 |
| Gráfico 4. Estado actual | 81 |
| Gráfico 5. Edad de su hija..... | 82 |
| Gráfico 6. Días de la semana que dedica a su hija..... | 83 |
| Gráfico 7. Ayuda en el cuidado de su hija | 84 |
| Gráfico 8. Cuidado de su hija en horas laborales..... | 85 |
| Gráfico 9. Actividad en tiempos libres | 86 |
| Gráfico 10. Actividades que realiza en su tiempo libre con su hija..... | 87 |
| Gráfico 11. Situación económica | 88 |
| Gráfico 12. Conoce de lugares de diversión y aprendizaje infantil | 89 |
| Gráfico 13. Lugares de recreación infantil que conozca..... | 90 |
| Gráfico 14. Aceptación por un lugar de recreación y aprendizaje para niñas..... | 91 |
| Gráfico 15. Lugar de preferencia | 92 |
| Gráfico 16. Estrategia de precios | 101 |
| Gráfico 17. Localización de Princess & Daddy Park..... | 104 |
| Gráfico 18. Localización de Princess & Daddy Park..... | 105 |
| Gráfico 19. Isologo..... | 110 |
| Gráfico 20. Revista..... | 111 |
| Gráfico 21. Flyer | 112 |
| Gráfico 22. Roll Up..... | 113 |
| Gráfico 23. Página web | 116 |
| Gráfico 24. Facebook | 116 |
| Gráfico 25. Instagram..... | 117 |
| Gráfico 26. Flujo grama del proceso de venta | 123 |
| Gráfico 27. Flujograma del proceso de servicio | 124 |
| Gráfico 28. Organigrama organizacional..... | 132 |

RESUMEN

El presente proyecto se basa en el diseño de una propuesta de negocio para la creación de un centro de diversiones para padres e hijas en la ciudad de Guayaquil. En este caso, se identificó como problemática de estudio la carencia de un centro especializado para dicho segmento de mercado; puesto que a pesar de que en los últimos años se han implementado diversos modelos de negocios enfocados a proporcionar el servicio de entretenimiento para niños, ninguno ofrece actividades de esparcimiento y aprendizaje orientadas para el segmento de niñas y sus padres. Así mismo, con base al análisis de los factores socio-culturales y las tendencias del mercado guayaquileño, se identificó que en la actualidad los padres de familia se muestran más interesados en compartir tiempo de calidad con sus hijos y fortalecer los vínculos familiares. Por lo tanto, para diseñar una propuesta de negocio que se ajuste a las necesidades y requerimientos del segmento objetivo seleccionado, fue necesario llevar a cabo un estudio de mercado, a través de la aplicación de un tipo de investigación exploratoria-descriptiva; mediante la cual se obtuvo información relevante con respecto a las percepciones, opiniones y el nivel de aceptación del mercado meta con respecto al negocio “Princess & Daddy Park”. Además, se realizó una auditoría de mercado, a través de la cual se identificaron los factores del macro entorno que podrían incidir en el desarrollo de las actividades de negocio, análisis de la competencia y la definición de las características de la empresa y el servicio que se pretende introducir al mercado. Finalmente, se realizó la respectiva evaluación financiera, de la cual se obtuvo un TIR del 29,21% y un VAN correspondiente a \$109,683 a partir de la cual se determinó la factibilidad de implementación de la empresa.

Palabras claves: Centro de diversiones, vínculos familiares entre padres e hijos, emprendimiento, plan de negocios.

ABSTRACT

The present project is based on the design of a business proposal for the creation of an entertainment center for fathers and daughters in the city of Guayaquil. In this case, was identified as a problem of the lack of a specialized center for that segment of the market; because in spite of the fact that in recent years have implemented various business models focused on providing the service of entertainment for children, none of them offers recreational activities and learning oriented to the segment of girls and their parents. At the same time, based on the analysis of the socio-cultural factors and guayaquileño market trends, it was identified that currently parents are more interested in sharing quality time with their children and strengthen family ties. Therefore, to design a business proposal that meets the needs and requirements of the selected target segment, it was necessary to conduct a market study, through the application of a descriptive-exploratory research; by which it was obtained relevant information with respect to the perceptions, opinions, and the level of acceptance of the target market with respect to the business "Princess & Daddy Park". In addition, a market audit, through which identified the factors of the macro environment that could have an impact on the development of business activities, analysis of the competition and the definition of the characteristics of the company and the service that is intended to introduce to the market. Finally, the respective evaluation financial, which obtained an IRR of 29.21% and a van for \$109.683 from which it was determined the feasibility of implementation of the company.

Keywords: Entertainment Center, family ties between parents and children, entrepreneurship, business plan.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las relaciones intrafamiliares e inter-sistémicas están cambiando constantemente, asumiendo configuraciones compuestas con nuevos matices y nuevos escenarios. La señal de la disminución de los matrimonios y el aumento de las parejas de hecho, el crecimiento de las grietas entre los cónyuges y el incremento del número de divorcios en el caso de matrimonios con hijos, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2016), pueden ser considerados como factores que afectan las relaciones entre padres e hijos.

Así mismo, el ritmo acelerado de vida de los padres de familia, atribuidos a las cargas laborales, ocupaciones domésticas, el estrés, entre otros factores, han generado una brecha familiar, afectando el vínculo y la comunicación entre padres e hijos; situación que se acentúa en el caso de los hijos menores de edad. No obstante, en la actualidad se ha evidenciado una tendencia en la que los padres buscan compartir más tiempo de calidad con sus hijos, con el propósito de fortalecer los vínculos familiares; para cubrir esta necesidad en los últimos años se ha incrementado el número de negocios que ofrecen el servicio de esparcimiento para niños.

Sin embargo, de acuerdo a una observación de mercado, se ha identificado que pese a que en la ciudad de Guayaquil existen diferentes alternativas de negocios enfocados a proporcionar el servicio de esparcimiento donde los padres pueden llevar a sus hijos; ninguno de los establecimientos que operan en la ciudad se especializa en ofrecer alternativas de diversión e integración para los padres de familia y sus hijas, lo que ha generado que exista un mercado desatendido. Por lo tanto, el presente estudio se basa en analizar el mercado con la finalidad de diseñar una propuesta de negocio para la creación de un centro de diversiones para padres e hijas en la ciudad

de Guayaquil. En este caso, el proyecto estará estructurado con los siguientes capítulos:

- Capítulo 1: En el primer capítulo se realiza una descripción general de la investigación, donde se define la justificación, el planteamiento del problema, los objetivos del estudio, la fundamentación teórica y la formulación de la hipótesis.
- Capítulo 2: En el segundo capítulo, se realiza la descripción general del negocio; en este capítulo se incluye el análisis de oportunidad, la misión y visión de la empresa, y los objetivos del negocio.
- Capítulo 3: En el tercer capítulo, se define el aspecto societario de la empresa, necesario para su constitución y ejecución de actividades futuras.
- Capítulo 4: En el cuarto capítulo, se realiza la auditoría de mercado, donde se analizan aspectos relacionados al macroentorno, el análisis de la oferta y la demanda, y finalmente el estudio de mercado, donde se analiza las percepciones y preferencias del segmento objetivo.
- Capítulo 5: En el quinto capítulo, se desarrolla el plan de marketing de la empresa, donde se establecen los objetivos comerciales y las estrategias de marketing mix.
- Capítulo 6: En el sexto capítulo, se incluye el plan operativo de la empresa, es decir, se definirán las directrices para la gestión de calidad, gestión ambiental, responsabilidad social y la estructura organizacional.
- Capítulo 7: En el séptimo capítulo, se realiza la evaluación financiera, a partir de la cual se establecerá la factibilidad económica y financiera para la implementación del negocio.

- Capítulo 8: En el octavo capítulo, se establece el plan de contingencia de la empresa; en este capítulo se definen los principios de riesgo, el control de riesgo y las acciones correctivas.
- Capítulo 9 y 10: Finalmente, en el noveno y décimo capítulo del proyecto, se incluyen las conclusiones y recomendaciones. Así como también se adjunta la bibliografía.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema – Título

“Propuesta para la creación de una empresa de centro de diversiones para padres e hijas en la ciudad de Guayaquil”.

1.2. Justificación

En una mirada retrospectiva al pasado muchos concuerdan en que la comunicación familiar así como el tiempo que comparten los padres con sus hijos e hijas era mayor y de mejor calidad que el que hoy en día se observa. Uno de los factores que mayor crítica recibe es la barrera tecnológica y el uso de aparatos móviles que inhibe tanto la comunicación personal y la forma de entretenimiento familiar. Al respecto Ruan (2016), mencionó que los padres modernos tienen más dificultad e incertidumbre al llevar a cabo actividades que los unan a sus hijos.

Como regla general, los padres demuestran basta atención a sus hijos durante sus primeros años de vida. Pero en la época de la niñez se identifican otras necesidades más especializadas que implican no solo proveer alimentación y educación. En este sentido la comunicación y atención emocional es una de las claves para desarrollar vínculos afectivos fuertes que serán la base para próximas etapas determinantes como la pre adolescencia y adolescencia (Pérez, 2010).

En vista de tal situación es relevante que se abran espacios recreativos en donde se promueva la interacción directa, así la relación de padres e hijas fortaleciendo sus vínculos familiares y grabando momentos valiosos en la convivencia familiar. Es por ello que con esta propuesta se desea brindar un lugar acorde a las necesidades de recreación de los padres con sus hijas.

Si bien, las actividades de recreación pueden ser las mismas para niños y niñas, se puede observar que en la cultura local existe una extensa gama de actividades y soportes recreativos que se diseñan con el afán de atraer a las niñas; de esta forma se identificarán varias alternativas de fin comercial para abrir el espacio recreativo propuesto.

Este proyecto también es una de las formas de aplicar y demostrar la utilidad de los conocimientos adquiridos en las aulas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil a lo largo de los ocho ciclos cursados por la autora en la carrera de Ingeniería en Desarrollo de Negocios Bilingüe. El contenido plasmado también aportará al desarrollo de habilidades y experiencia, aportando ideas innovadoras al mercado.

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

El presente proyecto de emprendimiento, presentado bajo la estructura de Plan de Negocios analiza la necesidad del mercado de contar con espacios recreativos innovadores que dispongan de herramientas de juego idóneas a fin de crear un ambiente de sana recreación, fortaleciendo los vínculos familiares.

Para esto se evalúa la viabilidad comercial y financiera del emprendimiento propuesto, de tal forma que la autora aplica los conocimientos adquiridos. Además con el desarrollo del documento se proporcionará un punto de partida valioso para futuras consideraciones hacia este tipo de emprendimientos.

Si bien no se puede negar la naturaleza comercial de planes de negocio como este, se recalca que es un emprendimiento enfocado al área social ya que identifica las necesidades de afiliación de la familia; no dejando de lados los aspectos jurídico y

legal de constitución de empresas. A fin de lograrlo se efectúa la investigación de mercado, el plan de marketing, plan operativo, definición de la responsabilidad social y el estudio económico/financiero.

La investigación se lleva a cabo en la ciudad de Guayaquil hacia los padres de esta ciudad cuya familia se componga de padres e hija o hijas en la etapa de la niñez, además se toma en cuenta a aquellas familias del norte de la ciudad por ser un sector que concentra, en su mayoría, al nivel socioeconómico promedio que se interesa por el uso de espacios recreativos de pago.

1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

La propuesta de plan de negocio responde a los intereses de la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2013) quien en el documento del Plan Nacional del Buen Vivir, indica como objetivo 3 “mejorar la calidad de vida de la población”, debido a que se promueve el esparcimiento sano, comunicación e interacción física entre los miembros de la familia.

Dentro del mismo plan se identifica el objetivo 9 “garantizar el trabajo digno en todas sus formas”, el mismo que se relaciona con el proyecto al crear un negocio que involucre la contratación de personal siguiendo todas las leyes y reglamentos vigentes aplicables a las relaciones laborales en la ciudad de Guayaquil.

Por otra parte, este trabajo se ubica de una forma particular dentro los objetivos específicos del Sistema de Investigación y Desarrollo (2012) que indica “Promover la innovación y el emprendimiento que dé respuesta a las necesidades de las empresas, del gobierno y la sociedad en general, aprovechando la infraestructura física, técnica y lógica de los Institutos y la Universidad” (p.106)

La propuesta para la creación de una empresa de diversión para padres e hijas aportará al país como fuente de comunicación entre los padres y las hijas especialmente a la ciudad de Guayaquil y aportará tanto a la autora como al sistema de investigación de la Universidad un proyecto comercial responsable.

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Evaluar la factibilidad de la creación de una empresa de centro de diversión para padres e hijas en la ciudad de Guayaquil.

1.5.2. Específicos

- Delimitar de manera clara el alcance de la propuesta de centro de diversiones.
- Detallar los requisitos legales básicos indispensables para el desarrollo y funcionamiento de la propuesta de negocio.
- Analizar las oportunidades de mercado mediante herramientas de diagnóstico.
- Calcular la demanda potencial esperada sobre la propuesta de negocio a través de la investigación del mercado.
- Seleccionar estrategias comerciales en base a la información de mercado recaudada y la capacidad de alcance de la compañía.
- Diseñar el plan operativo de la empresa que constará de los procesos necesarios para el funcionamiento eficiente del servicio de recreación.
- Determinar los gastos, costos y ganancias que generaría el negocio.

1.6. Determinación del método de investigación y técnica de recogida y análisis de la información

El presente proyecto se desarrollará con base a la aplicación del método de investigación inductivo, considerando que según lo manifestado por Bernal (2013), “Con éste método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general”. (p. 56)

En este caso, en primer lugar será necesario identificar la situación particular de cada familia, puesto que a partir de los resultados que se obtengan de la investigación, se podrá diseñar una propuesta que se ajuste a los requerimientos de los padres e hijas de familia en lo que respecta al servicio que prestan los centros de diversiones.

Así mismo, se trabajará con un tipo de investigación exploratoria-descriptiva, lo que le permitirá a la autora obtener mayor información con respecto al tema seleccionado, considerando que de acuerdo a una revisión preliminar se identificó que ha sido poco explorado. Además, a través de la investigación descriptiva será posible analizar las percepciones, requerimientos y nivel de aceptación de los padres de familia con respecto al centro de diversiones para padres e hijas que se busca implementar.

En lo que respecta a la técnica de investigación para la obtención de información a través de fuentes primarias, se aplicarán la siguiente:

- Encuestas: Se aplicarán encuestas dirigidas a padres y madres de familia de niñas de entre 5 a 12 años de edad que residan en diversos sectores de

la ciudad de Guayaquil; en este caso, el instrumento de aplicación será el cuestionario de preguntas, el cual será diseñado con base a preguntas cerradas y de opción múltiple.

El análisis de la información en el caso de las encuestas, se realizará a través de la utilización de la herramienta de Microsoft Excel, donde se ingresarán los datos obtenidos para su respectiva tabulación y representación gráfica.

1.7. Planteamiento del problema

En la actualidad, existe una tendencia creciente de padres de familia que poseen un ritmo de vida acelerado, lo cual se atribuye a una serie de factores, principalmente relacionados al exceso de trabajo, las ocupaciones domésticas, las distracciones en el hogar por el uso de equipos electrónicos y el estrés diario, entre otros. Así mismo, a pesar de que en la mayoría de los casos las madres y los padres poseen cargas de trabajo equitativas en el hogar, aún prevalece el concepto de roles de género tradicionales, donde las madres realizan más labores en el hogar y por lo tanto no les prestan la atención debida a sus hijos.

Con base a esta perspectiva, es posible establecer que estos aspectos inciden de forma negativa en los vínculos familiares y el nivel de comunicación que existe entre padres e hijos, especialmente cuando se trata de hijos menores de 12 años, generando una brecha familiar y una serie de problemas asociados. Cabe destacar que esta situación se acentúa en aquellos casos en que ambos padres laboran y consecuentemente tienen dificultades para pasar tiempo de calidad suficiente junto a sus hijos.

En este contexto, según lo manifiesta el Psicólogo Educativo Quicios (2014):

La falta de comunicación tiene que ver con los numerosos malentendidos que se dan dentro de las familias. Un pequeño error en la comunicación puede causar mal ambiente durante mucho tiempo. Por tanto, si no existe conexión entre los miembros de la familia se generan problemas de comunicación. (p.4)

Por lo tanto, surge la necesidad de que los padres traten de equilibrar sus ocupaciones diarias y la vida familiar, con la finalidad de que puedan compartir más tiempo con sus hijos y fortalecer los vínculos familiares, no solo en el hogar sino también al aire libre. En este contexto, a pesar de que en la ciudad de Guayaquil existen diversos lugares de esparcimiento y opciones por las que pueden optar los padres para llevar a sus hijos, ninguno de los centros de diversiones existentes se especializa en ofrecer alternativas de diversión e integración para los padres de familia y sus hijas, lo que ha generado que exista un mercado desatendido.

Partiendo de estos antecedentes, el presente proyecto se enfoca en diseñar una propuesta para la creación de una empresa de centros de diversiones direccionada a padres de familia y sus hijas en edades de entre 5 a 12 años de la ciudad de Guayaquil, en la cual puedan desarrollar actividades de esparcimiento guiadas, tales como bailoterapia, gabinete y supermercados, a través de las cuales se contribuya a fortalecer los vínculos familiares.

1.8. Fundamentación teórica del trabajo de titulación

1.8.1. Marco referencial

La empresa Princess & Daddy Park, es un organismo deportivo de derecho privado, sin fines de lucro. Se fundó el 16 de enero del año 2004, teniendo como ubicación la urbanización Tomero III, jurisdicción del cantón Samborodón, de la provincia del Guayas, se debe destacar, que este club deportivo no mantiene

vínculos con asuntos de índole religioso o político. Sujetándose a las disposiciones contenidas en la Ley de Educación Física, Deportes y Recreación, a través de los estatutos y reglamento de la Federación Deportiva del Guayas; Federaciones Nacionales por Deporte y (Ministerio de deporte , 2016).

Por lo consiguiente dentro del marco referencial se presentan la realización de trabajo de investigación realizado por (Gutiérrez & Villón, 2016), el mismo que tiene por título “Proyecto de inversión para la implementación de juegos recreativos inflables en la ciudad de Guayaquil”. Tiene por objetivo ofrecer juegos inflables como alternativa de distracción infantil tanto para niños y niñas de edades comprendidas entre 5 a 14 años. Este negocio tiene como diferencia a que se enfoca en una organización que orienta el ofrecimiento de la diversión cuando el cliente lo desee.

En lo que respecta a la creación del trabajo realizado por (Fuentes & Coello, 2015), la cual tiene por título “Proyecto de implementación de una cadena de guarderías en la Ciudad de Guayaquil”. Este busca generar una cadena de guarderías en todos los centros comerciales de la ciudad de Guayaquil. Implementando en el mercado una idea poco explotada acerca del cuidado de los niños. Creando un lugar donde los padres de familias que se encuentren dentro de un centro comercial puedan dejar a sus hijos pequeños dentro de este establecimiento, el mismo que estaría bajo el cuidado de personal altamente capacitado.

1.8.2. Marco Teorico

1.8.2.1. Plan de negocios

Citando a Thomsen (2014):

Un plan de negocios se lo identifica inicialmente como un documento dentro del cual se estructura la descripción de una empresa, un producto o un servicio que se busca instaurar o lanzar en el mercado, definiendo detalladamente cada aspecto para la correcta y eficaz consecución del negocios (p. 7).

Tomando como punto de partida lo expuesto en el apartado anterior, un plan de negocios inicialmente es una estructura documentada de un proyecto que se busca realizar previo al lanzamiento de una marca, producto o servicio en particular, o un negocio como tal. Se lo identifica a su vez como una plataforma en la que constantemente se registran los resultados obtenidos de los estudios primarios y secundarios realizados.

La principal característica de los planes de negocios, es su dinamismo, el cual permite la consecución de propósitos tales como los que se detallan a continuación:

- Contribuye en la estructuración y cumplimiento de las misiones (corto plazo) y establecimiento de las visiones (largo plazo).
- Considera los conocimientos adquiridos de la investigación y reúne la información de diversas fuentes.
- Facilita el proceso en la toma de decisiones del negocio, producto o servicio.
- A través de los resultados obtenidos del estudio externo, es posible la definición de estrategias de mercado a considerar.

En cuanto a la estructuración general de todo plan de negocio, será importante definir los siguientes aspectos:

- La idea del negocio.
- Definición de los objetivos, misión y metas del negocio.
- El recurso humano, material y tecnológico a requerir.
- Descripción del producto o servicio a brindar.

- Descripción de las características del mercado.
- Detalle del presupuesto a requerirse.

Es posible por lo tanto determinar que un plan de negocios es una previa guía que se estructura del negocio, producto, servicio o complemento adicional que se espera instaurar, donde se detallan los resultados de las investigaciones internas y externas de la empresa y el mercado, a fin de obtener el respectivo sustento que avale la factibilidad de introducir un producto novedoso al mercado.

1.8.2.2. Emprendimiento

Citando a Meliá, Villalonga y Carnicer (2017):

El concepto de emprendimiento es un término que hoy en día es muy utilizado de forma amplia y no siempre muy precisa, si bien se entiende generalmente como la acción de implementar o desarrollar una idea de negocio en el ámbito de la empresa. (p. 21)

Tomando como base lo indicado por los autores en el párrafo anterior, es posible determinar que el término emprendimiento inicialmente se lo relaciona con el inicio de una actividad comercial en la que se requiere de mucho esfuerzo para lograr sacarlo adelante dentro del mercado en el que se desarrolla. Sin embargo, en la actualidad los emprendimientos están aún más relacionados a la innovación, considerando que estos surgen como ideas de negocios pequeñas a diferencia de las grandes empresas que se constituyen a nivel macro.

Dado a los cambios que se han dado en el mercado, las exigencias de los consumidores y las leyes que los protegen, ha sido objeto de consideración para los emprendedores a la hora de implantar una idea de negocio, en los cuales buscan

ofrecer un producto, servicio o complemento adicional que no es ofrecido aún por las grandes empresas.

Las principales economías en el mundo han invertido mucho más en I+D e innovación, a fin de poder estar presentes en la mente del consumidor, es por este motivo que hoy en día los emprendimientos están más conscientes de la importancia que representa la innovación, desarrollo e investigación constando al ofrecer sus productos o servicios innovadores para nichos de mercados no atendidos hasta la actualidad por las grandes firmas.

Los emprendedores como tal presentan ciertas características que son las que los lleva al progreso:

- Capacidad de aprendizaje: Una persona emprendedora inicialmente bajo su experiencia opta por establecer un negocio, sin embargo también está consciente de la importancia que representa para su emprendimiento el constante conocimiento sobre diversos procesos comerciales y promocionales.
- Busca lograr resultados importantes: La mayoría de los emprendedores buscan instaurar sus negocios a fin de lograr resultados importantes a nivel económico e incrementar su reconocimiento entre los consumidores.
- Creatividad e innovación: Los emprendimientos deben estar en constante creatividad e innovación a fin de poder ofrecer lo que buscan los consumidores y estar a la vanguardia de los cambios que el entorno demanda.
- Persistencia: Por lo general los emprendimientos y las grandes empresas surgen luego de una serie de fracasos con otras ideas de negocios, es una etapa más de todo proceso de los negocios, sin embargo también los emprendimientos requieren de persistencia y optimismo para llevarlos a cabo.

Los emprendimientos al igual que las grandes empresas requieren de una constante dedicación y empeño, si lo que se busca es obtener resultados direccionados al crecimiento del negocio tanto a nivel físico, humano, productivo y por su puesto económico (Pablos, 2013).

1.8.2.3. Vínculos entre padres e hijos

Desde la posición de Bucay y Bucay (2014):

Durante los primeros años de vida los niños desarrollan las primeras relaciones con sus padres y hermanos, por lo cual se la denomina como la relación más importante que será la base fundamental para que el niño o niña crezca segura en el ambiente en el que se desenvuelven. (p. 41).

Partiendo de lo antes mencionado, los vínculos o la relación de afinidad que se entabla desde el hogar es la principal base para formar niños con un carácter bien definido, sólido y estable, lo cual contribuye a su vez en su autoestima, herramienta principal para que en un futuro logre sobrellevar las vicisitudes que la vida presenta conforme van creciendo.

Tomando en consideración que inicialmente cuando nacen los niños, requieren del calor maternal para poder sobrevivir y sentirse protegidos, de igual manera los lazos que unen a los hijos con sus padres surge como un instinto, sin embargo este se fortalece conforme van creciendo y se van llevando a cabo las relaciones fraternales. Es un hecho el que tanto la madre y el padre por características diferentes creen más afinidad con un hijo o hijos según el tiempo, actividades que se realicen juntos.

Un vínculo fuerte entre padres y el hijo, inciden directamente a que el niño o la niña se sientan bien consigo mismo, que valoren y entiendan el sentimiento de amor que se desarrolla a su alrededor. Esta tipo de autoestima se la considera como una de

las más fuertes y estables que aquellas en las que solo se alimenta el ego del niño sin ningún tipo de afecto demostrado.

Cabe mencionar a su vez, que conforme van creciendo, es importante que los padres estén presente en las diversas etapas que reflejan los hijos, que se presten a seguir sus intereses en simple juegos organizados, o que busquen experimentar tareas diarias, esto los preparará para su futuro. Mientras más tiempo se dedique a realizar actividades en compañía, mejores recuerdos se generaran en los infantes, incidiendo así, en su desarrollo y autoestima como persona independiente (Sanese, 2015).

1.8.3. Marco conceptual

- **Actividades de ocio:** Blesedellm y Willard (2014):

Las actividades de juego y ocio se caracterizan como categorías generales (juego objeto, entretenimientos, pasatiempos, deportes) o actividades específicas (juegos con cubos, juegos de mesa, trabajo de madera, fútbol. En sí, es un término ampliamente empleado para hacer referencia a un conjunto de acciones que conlleven a la diversión de las personas en diversas áreas (p. 358).

- **Administración:** Gitman (2015), “Compendio de funciones que se llevan a cabo dentro de una organización, negocio, u otras áreas, con el objetivo de que se evalúe el cumplimiento de las actividades propuestas en un determinado periodo de tiempo” (p. 54).
- **Administración de empresas:** Murcia (2014), Gestión destinada a la organización de los recursos empresariales, humanos y materiales, en relación a los objetivos que se deban cumplir.
- **Cadena productiva:** (Gottret & Lundy, 2014):

El concepto de cadena productiva, involucra un número de etapas interconectadas, a través de la unión entre producción, transformación y consumo. Esta dimensión implica que se considere los distintos procesos productivos y relaciones económicas que se producen entre la oferta inicial y la demanda final (p. 24).

- **Innovación:** Harvard Business Essentials (2014), “La innovación como invención es la encarnación, combinación o síntesis del conocimiento en productos, procesos o servicios originales, relevantes y valiosos” (p. 2).

1.8.4. Marco lógico

El marco lógico es una herramienta que facilita la concepción, la formulación y el desarrollo del proyecto a desarrollarse, en este caso, a través de este marco lógico, será posible disponer de una estructura lógica y del proceso que conllevará la instauración del modelo de negocio del centro de diversiones para padres e hijas de la ciudad de Guayaquil (Miranda, 2014).

| | Resumen narrativo | Indicadores | Medios de verificación | Supuestos |
|--|---|--|---|---|
| Objetivo General | Evaluar la factibilidad de la creación de una empresa de centro de diversión para padres e hijas en la ciudad de Guayaquil. | * Investigación externa de mercado * Estudio financiero | * Encuestas * Entrevistas * Plan financiero | La comercialización será rentable y sostenida en el tiempo. |
| | Delimitar de manera clara el alcance de la propuesta de centro de diversión | * Nivel de crecimiento de la industria- * Registro de nuevos emprendimientos relacionados al modelo de negocio. | Desarrollo del modelo de negocio. | El modelo de negocio se estructura bajo una misión y visión que serán cumplidas en el plazo de tiempo estimado. |
| Objetivos Específicos | Detallar los requisitos legales básicos indispensables para el desarrollo y funcionamiento de la propuesta de negocio. | * Permisos Municipales. * Normativas de funcionamiento. | Constitución de la República del Ecuador Leyes Municipales | Leyes y permisos actuales en el Ecuador no impiden el desarrollo del servicio final. |
| | Analizar las oportunidades de mercado mediante herramientas de diagnóstico | * Nivel de crecimiento de la industria- * Registro de nuevos emprendimientos relacionados al modelo de negocio. | Estudio de mercado y proyecciones de ventas | El modelo de negocio se desarrollará adecuadamente, aprovechando las oportunidades identificadas. |
| | Calcular la demanda potencial esperada sobre la propuesta de negocio a través de la investigación del mercado. | VAN TIR Tasa de rentabilidad | Balance General Estado de Resultados Índices Financieros | La inversión inicial será manejable y fácil de recuperar en el tiempo. |
| | Seleccionar estrategias comerciales en base a la información de mercado recaudada y la capacidad de alcance de la compañía. | Parámetros establecidos de crecimiento del mercado y participación en la industria. | Estudio de mercado y proyecciones de ventas. | El servicio será reconocido y utilizado, las tasas serán positivas. |
| Diseñar el plan operativo de la empresa que constará de los procesos necesarios para el funcionamiento eficiente del servicio de recreación. | Determinación de la capacidad operativa proyectada vs capacidad real. Capacidad operativa vs venta proyectada. | Plan operativo y proyecciones | El modelo de negocio se manejará bajo procesos eficientes de gestión durante su funcionamiento. | |
| Determinar los gastos, costos y ganancias que generará el negocio. | VAN TIR TASA DE REANTABILIDAD | Balance General Estado de resultados Índices Financieros. | La inversión inicial será manejable y fácil de recuperar en el tiempo. | |

Elaborado por: La autora

1.9. Formulación de la hipótesis y las preguntas de investigación de las cuales se establecerán los objetivos

Con base a la información previamente analizada, la hipótesis del trabajo se plantea de la siguiente forma: “A través de la creación de una empresa de centro de diversiones, se contribuirá a mejorar los vínculos familiares entre padres e hijas en la ciudad de Guayaquil”.

En lo que respecta a las preguntas de investigación, la formulación se plantea de la siguiente forma:

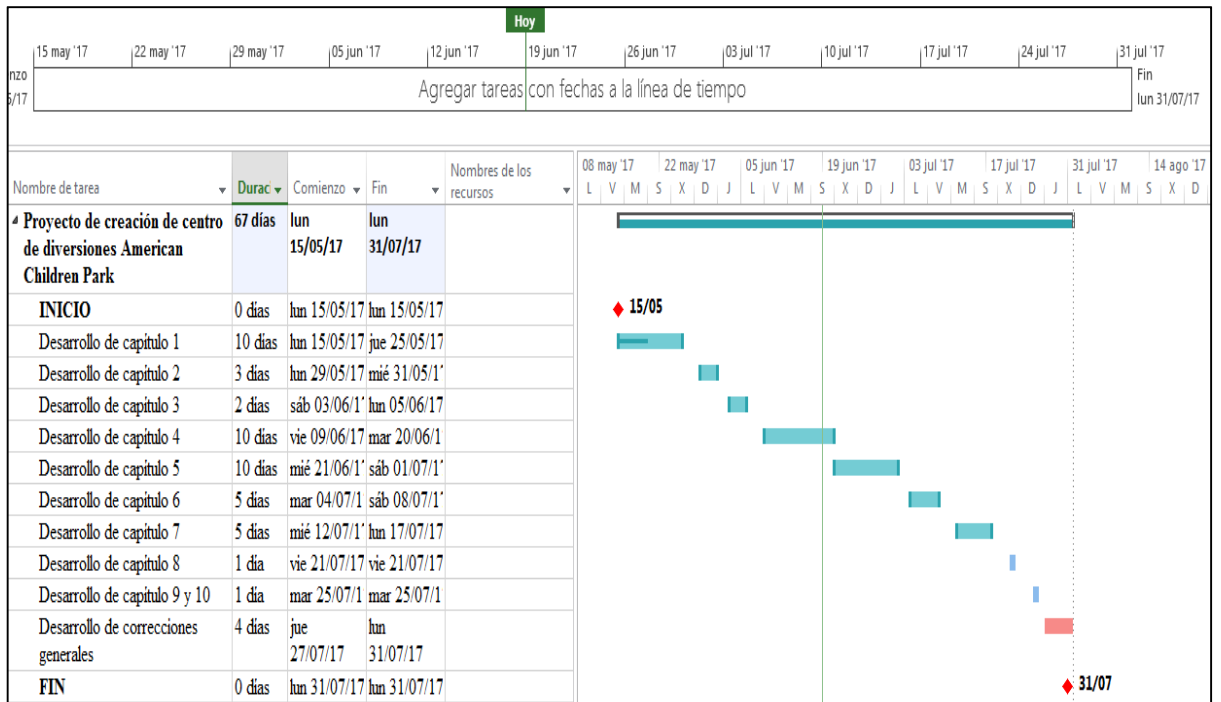
- ¿Cuál será el alcance de aplicación del centro de diversiones?
- ¿Cuáles son los requisitos legales para el desarrollo y funcionamiento de un modelo de negocio basado en un centro de diversiones?
- ¿Cuáles son las oportunidades de mercado para la implementación de un modelo de negocio basado en un centro de diversiones?
- ¿Cuál es la demanda potencial para un modelo de negocio basado en un centro de diversiones?
- ¿Qué tipo de estrategias comerciales son las adecuadas para la propuesta de negocio basado en un centro de diversiones?
- ¿Cuáles son los procesos necesarios para lograr un funcionamiento eficiente de negocio basado en un centro de diversiones?
- ¿Cuál es la inversión requerida para la implementación de un modelo de negocio basado en un centro de diversiones?

1.10. Cronograma

A continuación se presenta el cronograma para el desarrollo del proyecto de creación de una empresa de centro de diversiones para padres e hijas en la ciudad de Guayaquil:

Tabla 1

Cronograma del proyecto



CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1 Análisis de la oportunidad

Para validar la propuesta se analiza la oportunidad del mercado en relación a la creación de un modelo de negocio basado en un centro de diversiones para padres e hijas en la ciudad de Guayaquil, esta idea parte de la necesidad de la familia de pasar tiempo de calidad con sus hijas en un entorno seguro, agradable y con el uso de herramientas y actividades lúdicas que generen momentos alegres.

Por lo general se disponen de espacios públicos para la recreación de los niños, como canchas de juego, escuelas de deporte, y otras actividades. Pero para cubrir los gustos y preferencias de las niñas que prefieren un entorno diferente existen pocos lugares que sean diseñados para tales fines.

Las niñas desarrollan una gran variedad de preferencias, por lo consiguiente, en este plan de negocios se desea abarcar a aquellas que se sienten atraídas al concepto de diversión dulce y delicada, así como a los padres que ven a este tipo de centro de diversiones como un lugar seguro donde pasar tiempo de calidad.

2.1.1. Descripción de la idea de negocio

El centro de diversiones será un modelo de negocio que agrupará los elementos de familia, diversión y aprendizaje. De manera general el lugar estará diseñado para el disfrute de niñas de 5 a 12 años y se ubicarán secciones para tres tipos de actividades explicadas a continuación.

Supermercado. Se tratará de un lugar ambientado tal como un supermercado de la vida real, con estantes, precios marcados, productos varios (juguetes) y sección de caja; pero adaptado al tamaño de una niña pequeña. En esta sección los padres e hija

podrán interactuar como una simulación de administración de alimentos y dinero. Esta actividad fomenta el pensamiento lógico.

Centro de peinado. Será un lugar similar a un salón de belleza, pero enfocado a la realización de peinados creativos y llamativos para todas las clases de cabelleras de las niñas. En esta actividad se ofrece a los padres e hijas en armar un look en sus cabellos que vaya de acuerdo a la elección y personalidad de la niña.

Bailoterapia. Como alternativa mucho más dinámica se ofrecen sesiones de baile con el acompañamiento de un instructor que dirigirá al grupo de padres e hijas a lograr desenvolverse en la pista e imitar pasos de baile sin importar su habilidad en esta actividad. La bailoterapia además de ser una opción divertida, promueve la buena salud y contrarresta el sedentarismo.

Tabla 2

Breve descripción del modelo de negocio

| Actividades | Recursos | Propuesta de Valor | Mercado meta |
|--------------------|--|---|---|
| Supermercado | Sección ambientada. Estanterías. Alimentos de juguete. | Brindar un espacio de interacción en donde la niña y los padres interactúen mediante ejercicios de compra ficticia y el empleo de la lógica matemática. | Padres de familia con hijas entre 5 y 11 años de la Ciudad de |
| Centro de peinados | Sillas Elementos de peluquería (moños, ligas, vinchas, peines, etc) | Estimular la creatividad y autoestima de las niñas recreando peinados según su gusto. | Guayaquil que disfruten de espacio sano, seguro y educativo. |
| Bailoterapia | Instructor Equipo de audio Pista de baile capacidad 20 | Promover la espontaneidad y actividad física de padres e hijas | |

2.1.2. Descripción de la idea de producto o servicio

Dado a que se busca fortalecer las relaciones de padres de familia y sus hijas, a través del modelo de negocio innovador, es necesario mencionar que el servicio como tal se desarrollará de forma estructurada y organizada. Es por esto que se detalla a continuación que el servicio que se ofrecerá en sí abarcará tres tipos de actividades de recreación diferentes como lo son:

- Bailoterapia.
- Supermercado.
- Gabinete de belleza y peluquería.

2.1.3. Descripción del servicio

Este tipo de actividades que se ofrecerán más que todo buscan más que todo hacer partícipes a los padres de juegos sencillos pero de gran importancia para sus hijas, dado a que desde la perspectivas de las infantes, el imitar acciones cotidianas que realizan forma parte de una enseñanza que garantizará su mejor desenvolvimiento en el entorno en un futuro. Para acceso a este tipo de servicio, los padres deberán cancelar previamente el valor de \$10.00, con lo cual podrán acceder a realizar los tres tipos de actividades diferentes que se promocionan bajo este modelo de negocio innovador.

Dado a que se busca fortalecer las relaciones de padres de familia y sus hijas, a través del modelo de negocio innovador, es necesario mencionar que el servicio como tal se desarrollará de forma estructurada y organizada. Es por esto que se detalla a continuación que el servicio que se ofrecerá en sí abarcará tres tipos de actividades de recreación diferentes como lo son:

- Bailoterapia.
- Supermercado.
- Gabinete de belleza y peluquería

A través de este tipo de actividades que se ofrecerán, se pretende hacer partícipes a los padres de juegos sencillos pero de gran importancia para sus hijas, dado a que desde la perspectiva de las niñas, el imitar acciones cotidianas que realizan forma parte de una enseñanza que garantizará su mejor desenvolvimiento en el entorno en un futuro. Para acceso a este tipo de servicio, los padres deberán cancelar previamente el valor de \$10.00, con lo cual podrán acceder a realizar los tres tipos de actividades diferentes que se promocionan bajo este modelo de negocio innovador.

2.3. Misión, visión y valores de la empresa

2.3.1. Misión

Ofrecer diversión de calidad tanto a los padres de familia e hijas a través de un servicio eficiente en cada una de las actividades que se desarrollen a un precio competitivo, buscando generar un mejor estilo de vida a los clientes, y fomentando el desarrollo sostenible del país.

2.3.2. Visión

Ser una empresa altamente competitiva y líder en el mercado de centros de diversiones por las principales características del servicio, con proyección a instaurarse en otras ciudades del Ecuador.

2.3.3. Valores corporativos

Para alcanzar un funcionamiento óptimo en el mercado, se considere fundamental que la empresa opere con base a los siguientes valores corporativos:

- **Sostenibilidad:** Satisfacer las necesidades de recreación de padres de familia y sus hijas, sin sacrificar la capacidad de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades mediante el equilibrio ambiental, económico.
- **Liderazgo visionario:** Respetar la visión y el liderazgo de la empresa y reconoce la necesidad de una dirección permanente en el logro de la excelencia.
- **Seguridad:** Ejecutar las actividades de prestación del servicio de manera segura para apoyar un ambiente de trabajo próspero y una experiencia excepcional para los visitantes del centro de diversiones.
- **Capacidad de respuesta e innovación:** Anticipar y cuidadosamente responder a las diversas necesidades del segmento objetivo, buscando continuamente formas de administrar mejor los servicios del centro de diversiones.
- **Calidad:** Proporcionar un servicio y atención de calidad a los clientes, enfocado a la mejora continua.

2.4. Objetivos de la empresa

2.4.1. Objetivo general

Proporcionar al mercado un servicio de calidad en centros de diversiones para padres de familia e hijas, a través de la utilización de instructores calificados y equipos adecuados.

2.4.2. Objetivos específicos

- Alcanzar una rentabilidad correspondiente al 10% de la inversión durante el primer año de funcionamiento de la empresa.

- Obtener un 10% de participación en el mercado de la ciudad de Guayaquil durante el primer año de funcionamiento de la empresa.
- Satisfacer la necesidad de esparcimiento de los padres de familia y sus hijas proporcionando un servicio de calidad.
- Posicionar a la empresa como el primer centro de entretenimiento para padres de familia y sus hijas en la ciudad de Guayaquil, durante el primer año de funcionamiento.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

Para la implementación de la empresa, en primer lugar será necesario definir los aspectos generales y societarios con base a los cuales desempeñará sus actividades en el mercado de centros de diversiones de la ciudad de Guayaquil.

3.1.1. Generalidades (Tipo de empresa)

El presente plan de negocios se enfoca en el diseño de una empresa cuyo modelo de negocio se enfoque en proporcionar el servicio de centro de diversiones especializado para el segmento de padres e hijas de la ciudad de Guayaquil, a través del cual se contribuya a fortalecer los vínculos familiares entre padres solteros, padres de familia o padres divorciados y sus hijas, y a su vez aportar al desarrollo intelectual.

3.1.2. Fundación de la empresa

En lo que respecta a la creación de la empresa, de acuerdo a los objetivos establecidos y el modelo de negocio que se pretende implementar, se determina su constitución bajo la modalidad de Compañía Anónima, considerando que según la información publicada por la Superintendencia de Compañías (2016), en su artículo 143 estableció que: “La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones”. En este caso, la razón social de la empresa será Macías S.A. y su respectivo nombre comercial será “Princess & Daddy Park”.

3.1.3. Capital social, acciones y participaciones

El capital con el que se constituirá la empresa será de \$10000, el mismo que será dividido en 1000 acciones de \$10 cada una. La empresa cuenta con 3 accionistas, cuyos porcentajes de contribución son los siguientes:

- Leslie Macías López – 50%
- Pedro Macías Sánchez– 25%
- David Macías López – 25%.

3.2. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.2.1. Código de Ética

En lo que respecta al código de la ética corporativo, esta se muestra a la realización de sus derechos y funciones sobre la gestión que deben efectuar, para esto se detalla en el siguiente párrafo:

Administradores y directivos

En lo que respecta a las funciones de la administración se clasifican de la siguiente forma:

- A) En correlación con las actividades de dirección.
- Ejercer sus actividades profesionales con ética y responsabilidad.
 - Cumplir y hacer cumplir el código dentro de la empresa, para esto se deberá conocer mediante un comité integrado por personas con suficiente poder para aplicar el condigo y corregir sus infracciones.
 - Promover las participaciones de los accionistas en las juntas generales.

- Mantener los libros y registros contables de la empresa con exactitud y honestidad.
- Facilitar a los auditores externos e internos, la información completa de la empresa, explicando lo que requieran para la realización de su trabajo.
- Facilitar la transparencia y el control de sus retribuciones de forma que garantice su adecuación.
- Mantener la confidencialidad de los antecedentes, sean estos a través de datos digitales o documentos físicos a lo que tengan acceso por efecto de sus funciones.
- Hacer frente al pago y al cumplimiento de las deudas, obligaciones de la empresa sin dilaciones ni incumplimientos injustificados.

B) En relación con los proveedores y los clientes de la empresa.

- Establecer relaciones de forma ética y lícita con los proveedores de producto o servicios.
- Seleccionar a los proveedores en bases a la idoneidad de sus productos o servicios, así como de su precio, condiciones de entrega y calidad.
- Garantizar la calidad del ofrecimiento del servicio.
- Buscar la excelencia de los servicios de modo que los clientes obtengan la satisfacción esperada.

3.3. Propiedad Intelectual.

3.3.1. Registro de Marca

Para el registro de la marca esta se otorgará el nombre comercial del servicio, de la misma forma se otorgará el logotipo y el slogan a través del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (2017), ya que este indicó que:

“Es el único organismo el cual se encuentra encargado de proteger, fomentar, divulgar y conducir el buen uso de la Propiedad Intelectual a través del enfoque de tres áreas distintas: la Propiedad Industrial, Derecho de Autor y las Obtenciones Vegetales”

El fin de contar con este derecho es realizar un uso legal de la marca protegiendo los intereses de la organización de los plagios que puedan ocurrir.

3.3.2. Derecho de Autor del Proyecto

El presente trabajo presupuestado y tomado como “Propuesta para la creación de una empresa de centro de diversiones para padres e hijas en la ciudad de Guayaquil”. El mismo que tiene los derechos la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

4.1 PEST

Previo al desarrollo de las estrategias de marketing, será necesario analizar la situación actual del mercado, con la finalidad de identificar las posibles variables que podrían incidir en las actividades de la empresa “Princess & Daddy Park” en el sector de centros de diversiones para niños. Por lo tanto, se procede a evaluar los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos, a partir de la aplicación de la herramienta de Análisis PEST, según se muestra a continuación:

Político

El Ecuador actualmente se encuentra en un período de transición política, a partir del cambio de mando presidencial; en el cual según lo manifiesta el estudio desarrollado por el Banco Mundial (2017),

Ecuador enfrenta el desafío de alcanzar los consensos políticos necesarios para adecuar su economía al nuevo contexto internacional, retomar una senda del crecimiento sostenible con mayor participación del sector privado y proteger los avances sociales logrados durante la bonanza. Será crítico mejorar la efectividad y progresividad de la política fiscal con el fin de lograr una consolidación que garantice la estabilidad macroeconómica a tiempo que se protege a la población más vulnerable y preserva la confianza del sector privado.

Este período de transición generó expectativa en el sector empresarial, considerando que en muchos casos los inversionistas decidieron esperar a que la situación política se estabilice en el país, para posteriormente tomar las decisiones de

inversión en nuevos modelos de negocios. Así mismo, generó efectos sobre la producción, la generación de empleo y consecuentemente el crecimiento económico.

Económico

En lo que respecta a este factor, resulta imperativo mencionar que el Ecuador en los últimos años ha experimentado una contracción económica, según el artículo publicado por Angulo (2016), donde menciona que:

El Fondo Monetario Internacional (FMI) ratificó su proyección de decrecimiento para la economía ecuatoriana para este año en 2,3% en el informe Panorama Económico Mundial (WEO, por sus siglas en inglés) publicado hoy 4 de octubre del 2016. La cifra ya fue anunciada en septiembre pasado en un reporte específico sobre el país.

En este contexto, de acuerdo a estudios desarrollados por diversos analistas, la recesión económica que ha experimentado el Ecuador se atribuye a una serie de factores relacionados principalmente a la caída de los precios del petróleo, las restricciones a las importaciones que generaron el incremento de los precios de productos que se comercializan en el país, el incremento del porcentaje del IVA del 12% al 14% que se implementó como medida para recaudar fondos que permitan hacer frente al desastre natural que afectó a varias provincias de la costa ecuatoriana, la devaluación de las monedas de los países vecinos, entre otros factores asociados.

Esto ha ocasionado una serie de problemas que han afectado de diferentes formas a los ciudadanos y el dinamismo del mercado, tales como: la disminución del poder adquisitivo de los ciudadanos, el anuncio de despidos en el sector público, el incremento de despidos en el sector privado, la disminución de cupos disponibles en el mercado laboral, la reducción del gasto público, dificultades para financiar la

inversión pública, y el incremento del cese de actividades comerciales de negocios. Sin embargo, es importante destacar que desde el 1° de junio del presente año, el IVA volvió al 12% de acuerdo a las disposiciones establecidas, adicionalmente se han eliminado ciertas restricciones a las importaciones y se ha registrado en el último período la subida del precio del petróleo.

No obstante, se considera importante establecer precios asequibles para el servicio que pretende ofrecer la empresa “Princess & Daddy Park”, así como también proporcionar las facilidades de pago para el segmento de mercado hacia el cual se dirige; considerando que la economía aún se encuentra en período de recuperación.

Social

En lo que respecta al factor social, según estudios desarrollados por Diaz, et al. (2017), redactores de diario El Comercio:

En Ecuador, el número de padres que se enfrenta al reto de romper los estigmas sociales e involucrarse más en la crianza de sus hijos va en aumento. Según cifras del Anuario de matrimonios y divorcios del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). En el 2015 de 25692 consultados, 1334 papás dijeron estar al cuidado de sus hijos. Entre los encuestados se incluyó también a madres y abuelos.

Con base a esta perspectiva, es posible identificar que en la actualidad los padres de familia han adquirido un rol cada vez más importante en la formación de sus hijos, principalmente en el caso de padres divorciados; donde muchos toman la decisión voluntaria de involucrarse más durante la etapa de desarrollo de sus hijos. Este escenario, ha generado una variación en los roles de género y a su vez ha creado

una tendencia en la que los padres buscan lugares de esparcimiento para compartir con sus hijos y fortalecer los vínculos familiares.

Así mismo, estos factores han incidido que en la actualidad se desarrollen nuevos modelos de negocio enfocados a satisfacer estas necesidades. Estos negocios se han implementado como lugares de entretenimiento y aprendizaje supervisado para los niños y cada vez adquieren mayor aceptación por parte del mercado de padres de familia; quienes identifican en estos establecimientos la oportunidad de compartir el tiempo libre con sus hijos, mientras juegan y realizan actividades de esparcimiento.

Tomando como referencia el artículo publicado por Revista Líderes (2017), por lo general, los centros de educación y entretenimiento para niños, también conocidos como centros de juego, tienen un énfasis principal en el aprendizaje práctico a través del juego libre y espontáneo descubrimiento, pero también puede incorporar algunos elementos de puro entretenimiento. Estos centros ofrecen una variedad de juegos y algunos incluyen también espacios para la práctica de juegos al aire libre.

Sin embargo, a diferencia de muchos tipos de centros que se centran exclusiva o principalmente en los niños, centros de educación y entretenimiento de los niños también se centran en los padres, y especialmente las madres, ofreciendo una zona de cafetería con un menú de estilo de calidad rápida-casual. Por lo tanto, es posible identificar una oportunidad de mercado para la implementación de la empresa “Princess & Daddy Park”, considerando que ninguno de los centros de diversiones que actualmente operan en el mercado de la ciudad de Guayaquil se ha enfocado en proporcionar un servicio especializado para el entretenimiento de los padres y sus hijas.

Tecnológico

En cuanto al factor tecnológico, en la actualidad existen tendencias que podrían favorecer a la empresa “Princess & Daddy Park”, considerando que según la información publicada por el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (2016):

El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información, a través de la publicación de un estudio de usabilidad y acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), revela que en el Ecuador las microempresas, pequeñas y medianas empresas (MYPIMES) utilizan la red de Internet, ya sea para vender productos, servicios, realizar contactos mediante el correo electrónico o redes sociales.

En este contexto, el incremento del uso de dispositivos móviles y las redes sociales por parte de los consumidores representa una oportunidad para “Princess & Daddy Park”, puesto que le permitirá darse a conocer en el mercado guayaquileño a través de la promoción en redes sociales y medios digitales. Esto no solo le proporciona mayor alcance del segmento objetivo, sino también facilita la interacción con los potenciales clientes, creando así una mayor relación empresa-clientes.

4.2. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria

En la ciudad de Guayaquil al ser el principal puerto del Ecuador, se desarrollan e instauran constantemente diversos proyectos que le otorgan mayor diversidad de actividades por hacer dentro de la urbe. Entre los proyectos y actividades que

destacan, están las enfocadas a ofrecer entretenimiento infantil y familiar, las cuales se ubican en diversos puntos de la ciudad.

Es posible determinar con base a una previa investigación, que existen en la actualidad establecimientos que ofrecen varias alternativas de entretenimiento para niños en la ciudad de Guayaquil, los cuales tienen mucha demanda dado a que los padres de familia por lo general buscan pasar y compartir tiempo y actividades con sus hijos, buscando así establecer importantes vínculos familiares.

Los ingresos que obtienen estos establecimientos varían según las actividades que ofrecen, sin embargo se toma como referencia información obtenida a través de la Revista Líderes (2015), donde fue posible determinar que establecimientos como Chiky Place facturan aproximadamente \$10.000 dólares mensuales, esto dada la acogida que presentan estos establecimientos ante los niños y padres de familia que además de entretenerse, aprenden.

En lo que respecta a la adecuación de este tipo de proyectos, los juegos y juguetes en general se importan desde países como Estados Unidos, Colombia y Perú. Tomando en consideración actualmente las medidas restrictivas impuestas por el Gobierno y el Ministerio de Comercio Exterior con el incremento de los tributos, esto ha significado un gran esfuerzo para los emprendedores de este tipo de proyectos, dado a que se lo ha evidenciado como una medida que limita el correcto desarrollo de este tipo de empresas dentro de la urbe.

Respecto al crecimiento de la industria, es posible determinar que actualmente se han establecido varios tipos de negocios y empresas direccionadas al entretenimiento y recreación infantil, esto tomando en consideración la demanda creciente por parte

de los padres en buscar alternativas variadas y diferentes con las cuales puedan ser partícipes de los juegos que llevan a cabo sus hijos.

Será necesario que por parte de la propietaria de Princess & Daddy Park tome en consideración la información recabada respecto a la instauración del nuevo modelo de negocio, a fin de tomar como referencia como se desarrolla y desenvuelve esta industria dentro de la ciudad de Guayaquil, con lo cual, se busca obtener rentabilidad del proyecto a ser instaurado.

4.3. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

Todo negocio, producto o servicio pasa por etapas antes de su materialización, a continuación se identifica el ciclo de vida de Princess & Daddy Park en el mercado guayaquileño:

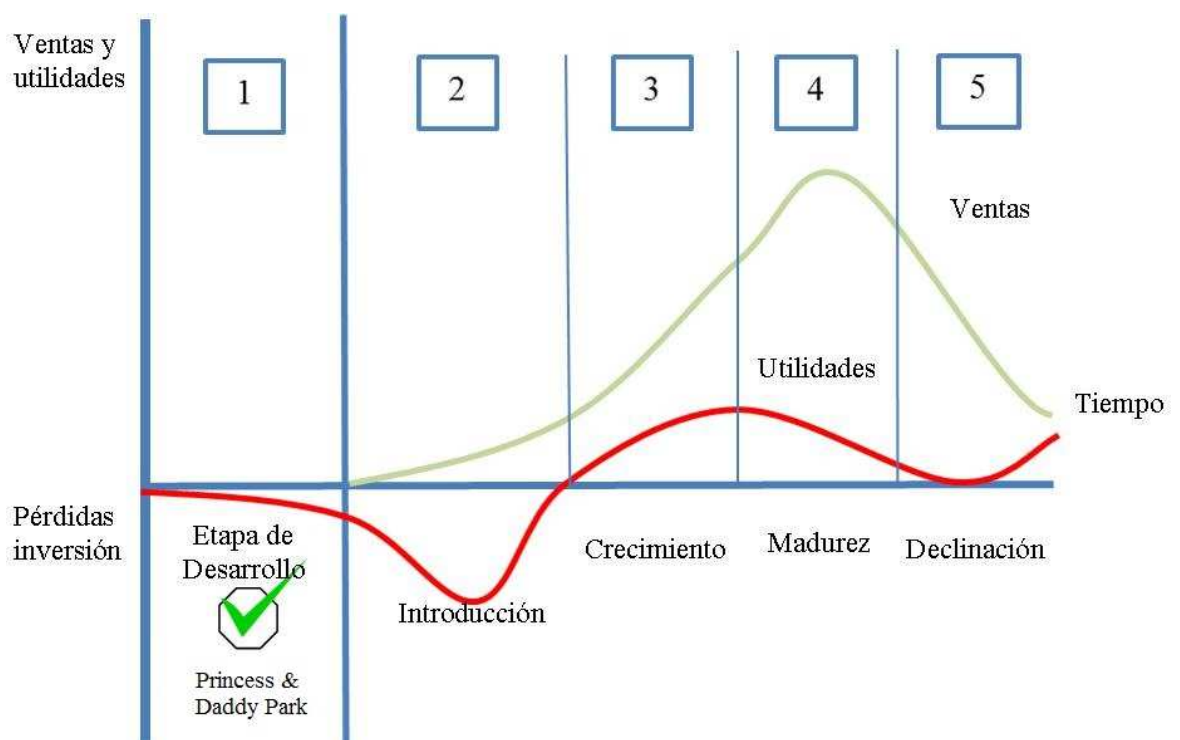


Gráfico 1. Ciclo de vida del producto en el mercado

Tomando como referencia la imagen desarrollada, es posible determinar que este modelo de negocio se encuentra en una etapa de desarrollo (1), dado a que actualmente se están llevando a cabo todos los estudios previos antes de la instauración del modelo de negocio; entre esos estudios están, el análisis externo (mercado), análisis legal, desarrollo de la gestión de marketing, plan operacional, estudio económico y financiero, y un plan de contingencia.

Cabe mencionar que en la etapa de desarrollo no se obtendrá ganancia alguna, dado a que los estudios y evaluaciones respectivas supondrán una inversión que no se recuperará y por lo cual será una utilidad perdida. Luego de realizar el estudio y evaluación respectiva, y con base a los resultados obtenidos, se determinará si el modelo de negocio está listo para pasar a la etapa de introducción, en el cual también evidenciará pérdida de capital, dado a la inversión a realizarse para la instauración y adecuación de Princess & Daddy Park.

Será importante que se realicen las gestiones administrativas, operacionales y estratégicas respectivas, con la finalidad de obtener eficientes resultados económicos y financieros en los próximos meses y años, con lo cual será posible empezar a recuperar la inversión efectuada en la etapa de crecimiento, aprovechar las utilidades y tratar de mantener el negocio en el mercado durante largo tiempo.

4.4. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter

Tomando como referencia lo que expone Carrión (2016):

El modelo de las 5 fuerzas de Porter es una herramienta fundamental a la hora de comprender la estructura competitiva de una industria. Esta herramienta de análisis simple y eficaz permite identificar la competencia en el más amplio

sentido de la palabra de una empresa así como entender en qué medida esta es susceptible de reducir su capacidad de generar beneficio (p. 24).

En este caso se procede a realizar el respectivo análisis del sector, con el objetivo de identificar la posición del modelo de negocio a desarrollarse:

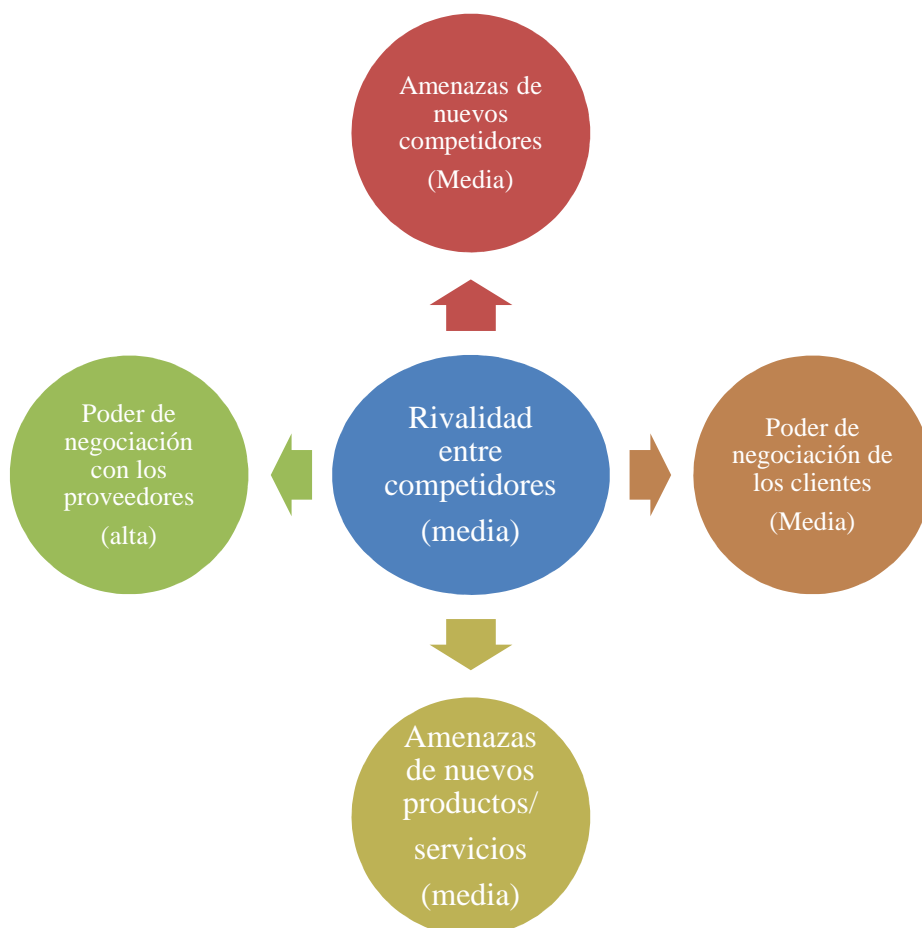


Gráfico 2. Poder de negociación de los proveedores

- **Amenaza de nuevos competidores:** Este factor se lo identifica con una ponderación media, tomando en consideración que actualmente no se ha desarrollado en su totalidad dentro de la urbe modelos de negocios centrados exclusivamente en ofrecer actividades de recreación y ocio para padres e hijas, sin embargo es necesario considerar que una vez instaurado el modelo de negocio, será un referente para que se instauren proyectos similares de la

competencia enfocados a los mismos clientes objetivos de Princess & Daddy Park.

- **Poder de negociación de los clientes:** Este poder se lo califica con una ponderación media, tomando en consideración que sí existen en la ciudad otros modelos de negocios centrados a la recreación y diversión de niños y niñas; sin embargo, la ventaja de Princess & Daddy Park radica en las actividades direccionadas exclusivamente a padres e hijas, lo cual se promocionará como el aspecto diferencial de este modelo de negocio, por este motivo se lo cataloga con una ponderación media.
- **Amenaza de nuevos productos/servicios:** Esta fuerza se la identifica con una ponderación media, dado se puede dar el caso de que surjan otros modelos de negocios direccionados al mismo segmento objetivo con otras variantes en las actividades, sin embargo, Princess & Daddy Park, constantemente y conforme se desarrolle en el mercado, implementará nuevas actividades recreativas con el objetivo de innovar, mantener y atraer a nuevos clientes (padres e hijas) a disfrutar de un servicio de calidad.
- **Poder de negociación de los proveedores:** El cuanto al poder de negociación con los proveedores se determina que es alto, dado a que la mayor parte de los artículos (juguetes) serán adquiridos en los diferentes distribuidores que existen a nivel local; por ello, tomando en consideración que es un proyecto nuevo a instaurarse, no se cuenta con proveedores fijos con los cuales pactar la compra y fijar precios y políticas de precios en beneficio del propietario del modelo de negocio.
- **Rivalidad entre competidores:** Finalmente, la rivalidad con los competidores se determina que tiene una ponderación media, dado a que actualmente existen

en el mercado empresas dedicadas a ofrecer actividades de entretenimiento, sin embargo, este tipo de establecimientos se centran a un público infantil en general, es decir niños y niñas. Por lo cual, considerando que Princess & Daddy Park, surgirá como un modelo de negocio innovador centrado en un público infantil femenino, en el cual conforme se desarrolle se irán complementando nuevos servicios y actividades de entretenimiento.

4.5. Análisis de la Oferta

4.5.1. Tipo de Competencia

La empresa de diversiones entre padres e hijas Princess & Daddy Park se encuentra dentro del sector del entretenimiento concretamente en el segmento infantil. En la ciudad de Guayaquil existen muchos centros de diversión para niños, algunos enfocados al juego de máquinas y otros orientados a la educación, desarrollo de creatividad y destrezas en la temprana edad.

A pesar de que existe un grupo de negocios que se dirigen al entretenimiento de los niños con sus padres, no existe aún un emprendimiento que se dé a conocer como la opción ideal para el entretenimiento de las niñas junto con a su figura paterna sea que viva o no con ella en el hogar.

En vista de que Princess & Daddy Park será el primer negocio dirigido para padres e hijas, se determina que no existe una competencia directa; en su lugar se presentan una serie de establecimientos que constituyen la competencia indirecta y donde cualquier padre o madre puede acudir con sus hijos que se presentan en la figura 3.

| | | |
|---|---|---|
| Aprendizaje y diversión | Entretenimiento | Juegos electrónicos |
| <ul style="list-style-type: none"> • Chiki Place • Acuarelas de sueño | <ul style="list-style-type: none"> • Animal adventure • Safari Park • Play park • La granja móvil | <ul style="list-style-type: none"> • Game Park • Safari Zone • Fun Zone • Play Zone |

Gráfico 3. Competencia indirecta

4.5.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

Mercado real

De acuerdo a García (2015) el mercado real lo componen todos los clientes o consumidores que se encuentran adquiriendo el producto o servicio. Con base a esto, se agrega que, dado que la empresa e idea de negocio es totalmente nueva en el mercado, no posee aun una cartera de clientes propios. Por lo que el mercado real lo componen de manera general los padres de familia, hombres, que acuden a centros de entretenimiento infantil para tener un momento de esparcimiento con sus hijas.

Mercado Potencial

Por otra parte, el mercado potencial es el conjunto de consumidores que tienen la necesidad e interés de adquirir determinado producto o servicio, pero además se encuentra en las condiciones económicas de acceso (Kotler & Keller, 2012). Por ello, el mercado potencial de este plan de negocio son los padres casados, solteros o divorciados que realizan actividades con sus hijas de 5 a 12 años, poseen un ingreso económico mensual estable y pertenecen al nivel socioeconómico medio alto.

4.5.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

Como se mencionó en el apartado tipo de competencia, el negocio propuesto en este proyecto se enfrenta a varios establecimientos de entretenimiento. Para delimitar, planificar y diseñar las estrategias comerciales del centro de diversiones se procede a realizar una breve reseña de cada uno de los competidores en relación a las variables de liderazgo, antigüedad, ubicación, productos y precios.

1. Chiky Place

Se trata de un espacio de juego para niños hasta 6 años de edad y une los conceptos de aprendizaje, sociabilización y diversión. La empresa se encuentra en el mercado desde el 2012; tiene sedes nacionales en Samborondón, Vía a la Costa, C.C. Riocentro Norte y sede internacional en Bogotá, Colombia (Chiky Place, 2015).

En las instalaciones de Chiky Place se ofrece un ambiente para el desarrollo de la creatividad de la mano de expertos, además los padres pueden disfrutar de una zona de café mientras dialogan con otros padres. Algunos de las áreas disponibles aluden al arte, biblioteca, deporte, mercado, restaurante, hospital, peluquería, disfraces, taller, gimnasio y bomberos. También ofrecen servicios de estimulación temprana y paquetes de fiestas infantiles en las instalaciones (Revista Líderes, 2015).

2. Acuarelas de sueños

Es un espacio dedicado a la pintura en donde los niños pueden colorear y usar diferentes materiales para dar vida a los lienzos. Los Se encuentra en los principales centros comerciales de Guayaquil y del país. El precio por niño es de \$2,50.

3. Animal Adventure

El entretenimiento de este lugar ubicado en el pasillo planta baja del C.C. Riocentro El Dorado consiste en el uso de modelos móviles de animales capaces de soportar el peso de un niño de hasta 5 años y realizar un breve paseo dentro del área del establecimiento tipo isla comercial. Es una opción sencilla pero que genera emoción en los pequeños.

4. Safari Park

La municipalidad de la ciudad de Guayaquil inauguró en el 2016 una zona de diversiones en las estancias del Malecón del Salado, una de las zonas es Safari Park que consiste en el entretenimiento de niños, jóvenes y adultos mediante juegos mecánicos seguros respetando las normas de seguridad pertinentes. El lugar cuenta con cinco juegos mecánicos y la entrada es de dos dólares por cada uno.

5. Play park

Dentro de la urbanización Sambo City km 12 vía a Samborondón se encuentra el centro de diversiones Play Park, es un amplio complejo que posee pista de autos, carrusel, esferas acuáticas, canchas de césped sintético, en total suman veinte atracciones divididas en las zonas de: juegos mecánicos, electrónicos, de agua y extremos.

También se encuentran zonas para realizar eventos infantiles. La entrada al lugar es libre y para hacer uso de los juegos se puede optar por cancelar \$0.75 por cada boleto o adquirir el brazalete ilimitado por un valor de \$9.95. El lugar funciona desde el 2015 y atiende la necesidad de padres e hijos que residen en Daule, Samborondón y Guayaquil.

6. La granja móvil

Se trata de una atracción basada en la exhibición y experiencia con animales de granja y exóticos como ponies. El negocio no posee un lugar fijo ya que a los animales con los que cuenta se les da cuidado y descanso, el último lugar de exhibición fueron los exteriores del C.C. El Dorado en donde los niños podían disfrutar de conocer y acercarse con la supervisión de sus padres hacia varios de los animales. El precio de entrada es \$3 para niños y \$5 para adultos.

7. Game Park

Game Park es una estación de juegos electrónicos y computarizados diseñados niños de 0 a 12 años y sus familias, se encuentra ubicado en el C.C. Mall El Fortín. El negocio tiene un enfoque de diversión familiar por lo que cuenta con más de 70 máquinas de juegos. Para hacer uso de los mismo se debe adquirir la tarjeta magnética en mostrador y recargarla con boletería del lugar.

8. Safari Zone

Otro entretenimiento basado en videojuegos es Safari Zone, el cual pertenece a la obra realizada por la municipalidad en las instalaciones del Malecón del Salado. Safari Zone es un área cerrada con aire acondicionado, puestos de comida y por supuesto máquinas de entretenimiento. En el lugar las familias pueden disfrutar de las instalaciones mientras se sirven las opciones de comida rápida.

El lugar funciona desde agosto del 2016 y cuenta con un total de 24 máquinas de las cuales 16 se orientan a la diversión de niños y el restante para jóvenes y adultos, para utilizarlas se requiere la compra de una tarjeta recargable por el precio de \$0.80 y cada juego oscila entre los \$ 0,50 y \$ 0,98.

9. Fun Zone

La idea de negocio de este establecimiento es similar a las últimas ya que se trata de un centro de videojuegos con compra de tarjeta recargable, también tiene la opción de reservas para fiestas infantiles. Fun Zone se encuentra en Riocentro Entre Ríos y El Dorado con amplias y cómodas instalaciones.

10. Play Zone

Es la empresa con mayor trayectoria en el mercado con más de una década, Play Zone fue uno de los centros preferidos para encuentros entre amigos y familia. El valor mínimo a cancelar para obtener la tarjeta y recargas para las máquinas es de \$5, además la tarjeta es reutilizable. Play Zone organiza fiestas, vacacionales, alquila equipos y vende espacios publicitarios; en Guayaquil se encuentra en C.C. Riocentro Ceibos, C.C. San Marino y C.C. Riocentro sur.

Tabla 3

Características de la competencia

| Nombre comercial | Liderazgo | Antigüedad | Ubicación | Productos principales | Línea de precio |
|---------------------|-----------|----------------|--|--|-----------------|
| Chiky Place | Alto | 5 años | Bogotá C.C. Santa Barbara Guayaquil C.C. Plaza Navona CC. Laguna Plaza C.C. Riocentro Norte | Zona de juegos educativos y parvularios. | Media |
| Acuarelas de sueños | Medio | 2 años | Principales centros comerciales de la ciudad | Dibujo y pintura | Baja |
| Animal adventure | Bajo | | C.C. El Dorado | Paseo en animales mecánicos | Bajo |
| Safari Park | Medio | 1 año | Malecón del Salado | Parque de diversiones: juegos mecánicos | Bajo |
| Play park | Alto | 2 años | Sambo City Km 12 Vía a Samborondón | Parque de diversiones: juegos mecánicos Arcade Cancha | Medio |
| La granja móvil | Medio | 1 año | Puntos rotativos | Exhibición de animales de granja y ponies | Alto |
| Game Park | Medio | 2 años | C.C. Mall el Fortín | Máquinas y videojuegos | Bajo |
| Safari Zone | Medio | 1 año | Malecón del Salado | Máquinas y videojuegos | Bajo |
| Fun Zone | Alto | 2 años | C.C. Mall del Sol C.C. El Dorado | Máquinas y videojuegos | Medio |
| Play Zone | Alto | mas de 10 años | C.C. San Marino C.C. Riocentro ceibos C.C. Riocentro Sur | Máquinas y videojuegos | Alto |

4.5.4 Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa

El benchmarking es una práctica común en las empresas en donde analizan y evalúan los productos, servicios y procesos de los competidores líderes o reconocidos en el mercado, a fin de mejorar los propios procesos de la empresa que realiza la observación (Murillo & Zapata, 2016). El Benchmarking no se trata de imitar explícitamente las estrategias existentes, sino más bien le da a la empresa la visión clara de qué camino escoger para alcanzar el éxito que esos líderes han conseguido, y a su vez prepararse para ser cada vez más competitivos.

Como se mencionó en apartados anteriores la presente idea de negocio de centro de diversiones para padres e hijas no posee un competidor directo ya que ninguna de las alternativas en el mercado responde a la necesidad específica de fortalecer el vínculo padre e hija. No obstante, se puede realizar el análisis de los competidores indirectos con las características más cercanas a los objetivos de Princess & Daddy Park y decidir sobre las estrategias que el negocio implementará para tener presencia notable en el mercado.

Las empresas que se eligen para este benchmarking son Chiki Place, Play Park y Play Zone, ambas tienen enfoques distintos entre sí, pero de alguna forma responden a los intereses del modelo de negocio de este proyecto, considerando que estará diseñado para niñas de 5 a 12 años.

Chiki Place es un centro de juegos para niños de 0 a 6 años orientado al juego y al aprendizaje por lo que se puede considerar su modelo de negocio para esta evaluación. Las estrategias de Chiki Place son:

- Instalaciones cómodas y climatizadas.
- Área de café para padres
- Estimulación de la inteligencia y creatividad de niños y niñas hasta seis años mediante el uso de juegos educativos y el acompañamiento de moderadores profesionales en educación.
- Actividades programadas cada semana: bailes, visitas, juegos, lectura, carreras.
- Reservas para fiestas infantiles
- Estimulación temprana

Continuando con el análisis, se tiene a Play Park, el cual es un parque de diversiones para niños de cero a doce años que tiene las siguientes estrategias:

- Parque orientado a la diversión familiar.
- Entrada a las atracciones por pago individual o compra de pulsera ilimitada.
- Juegos al aire libre, torre de escalar, karting, juegos inflables. Estrategia todo en un solo lugar.
- Reservas y paquetes para cumpleaños.

Finalmente se detallan las estrategias identificadas en Play Zone, que, aunque se enfoca al Arcade y videojuegos, es el sitio de entretenimiento con mayor tiempo en el mercado. Sus estrategias son:

- Diversión para toda la familia
- Tarjeta magnética recargable
- Reservas para cumpleaños
- Alquiler de equipos
- Canje de productos por acumulación de tickets. (Incentivo al juego).

Una vez que se han nombrado las principales estrategias de estos sitios referentes se procede a detallar las contra-estrategias que Princess & Daddy Park usará para tener una oferta atractiva en el sector y dar el mejor servicio al cliente.

4.6. Análisis de la Demanda

Se procede a efectuar el respectivo análisis de la demanda del mercado con relación al nuevo modelo de negocio a instaurarse, con el objetivo de determinar el perfil segmento de mercado en particular hacia el cual se direccionará el proyecto en desarrollo.

4.6.1. Segmentación de mercado

El modelo de negocio como se ha mencionado en los apartados anteriores, se direccionará específicamente dentro de la ciudad de Guayaquil. Particularmente, se han tomado en consideración a los padres de familia de niñas de entre 5 a 12 años de edad, dado a que por lo general se ha determinado un mayor grado de apego entre padres e hijas durante los primeros meses y años de vida, a su vez, se han considerados aspectos sociales tales como el estado civil y legal que incide tanto directa como indirectamente a que los padres compartan o pasen mayor tiempo con sus hijas de los rango de edades ya mencionadas.

Se determina en cuanto al Nivel Socioeconómico de los padres de familias a los cuales se enfocará el proyecto será B y C+, esto dado al tipo de servicio y atención que se brindará en este tipo de establecimientos será bajo la tutoría de personas especializadas, que contribuyan a fortalecer los conocimientos y confianzas a través de juegos y actividades entre padres e hijas.

En lo que respecta al rango de edades de los padres a considerarse como clientes reales, se determinó que serán padres de familia de entre 20 a 45 años de edad. Esto se determinó, debido a que por lo general se consideran edades en las que ya cuentan con una estabilidad económica que les permita acceder a este tipo de servicios que se brindarán en el modelo de negocio.

Con base a la información que se detalló en los apartados anteriores, será posible desarrollar posteriormente los demás puntos que se requieren de la propuesta del nuevo establecimiento de recreación y aprendizaje Princess & Daddy Park.

4.6.2. Criterios de la segmentación

En este caso los criterios de segmentación son los siguientes:

Tabla 4

Criterios de la segmentación

| Criterios de la segmentación | |
|------------------------------|---|
| Segmentación Geográfica: | Guayaquil - Guayas - Ecuador |
| Segmentación Demográfica: | Padres de familia casados/solteros o divorciados de entre 20 a 44 años de edad |
| Segmentación Psicográfica | NSE B (Medio alto) y C+ (Medio) Padres de familia que constantemente comparten tiempo con sus hijas y buscan realizar actividades y juegos juntos. |
| Segmentación conductual | Padres de familia que buscan generar tiempo de calidad y aprendizaje con sus hijas, afianzando más los lazos familiares. |

4.6.3. Selección de Segmentos

Se determina con base a toda la información definida en los puntos anteriores, que el segmento de mercado con el cual se trabajará será:

Padres de familia de la ciudad de Guayaquil, casados, solteros o divorciados de entre 20 a 44 años de edad, de un NSE B y C+.

4.6.4. Perfiles de los segmentos

El perfil del segmento elegido se detalla de la siguiente manera:

- Que sean padres de familia que tenga constante contacto con sus hijas.

- Padres de familia que no presenten ningún tipo de cargo o disposición que le impida acercarse a su hija.
- Padres de familia con una estabilidad económica sostenida.
- Padres de familia con o sin ayuda de una persona en el cuidado de su hija.
- Padres de familia que conozcan a cabalidad sobre el servicio general que se ofrecerá al cual serán partícipes de vez en cuando con sus hijas mientras dure su asistencia al establecimiento.
- O padres de familia que dispongan de una persona cercana que se pueda hacer cargo en ciertas situaciones de sus hijas por eventualidades de diversas índoles tales como el aspecto laboral.

4.7. Matriz FODA

Citando a Dvoskin (2014):

La matriz FODA es una herramienta que permite relacionar las fortalezas y debilidades de un negocio o empresa con las oportunidades y las amenazas del entorno, con el objetivo de elaborar un diagnóstico que ubique a la organización en una de cuatro perspectivas posibles (p. 178).

A continuación se procede a desarrollar la matriz FODA para el presente Princess & Daddy Park:

Tabla 5

Matriz FODA

| Fortalezas | Debilidades |
|--|--|
| 1) Ubicación estratégica en uno de los principales centros comerciales de la urbe. | 1) Establecimiento nuevo en el mercado y consecuentemente, no posicionado. |
| 2) Personal capacitado para cumplir con los requerimientos y cuidados de las niñas. | 2) Baja capacidad de financiamiento |
| 3) Seguridad constante y garantía para las niñas y sus padres. | 3) Altos costes al inicio de la instauración de los locales. |
| Oportunidades | Amenazas |
| 1) No existe actualmente un lugar de recreación, direccionado exclusivamente a padres e hijas dentro de la ciudad. | 1) Disposiciones legales que impidan o limiten el correcto desarrollo del negocio. |
| 2) Constante crecimiento de la ciudad y población, que permitirá la ampliación del servicio a ofrecer. | 2) Presencia de otros lugares recreativos y con otros atractivos de mayor reconocimiento en la urbe. |
| 3) Instaurar otras sucursales de "Princess & Daddy Park" dentro de la urbe y otras ciudades del país. | 3) Presencia de establecimientos especializados en el cuidado infantil instaurados por el Estado o el Municipio. |

En cuanto a las estrategias FODA que se determinan para aprovechar las oportunidades a través de las fortalezas, reduciendo el nivel de incidencia de las debilidades, así como para contrarrestar las amenazas que por diversos motivos se presenten en el entorno y puedan limitar o mitigar el correcto funcionamiento y gestión del modelo de negocio a instaurarse en el mercado.

Se procede a continuación a definir las acciones a considerar en caso de cada uno de los factores internos y externos combinados:

Tabla 6

Estrategia FODA

| F+A | Debilidades |
|--|---|
| F1+O2: Dado a que "Princess & Daddy Park" ofrecerá seguridad y garantía constante, será posible el que se instaure a futuro otras sucursales de esta establecimiento de entretenimiento para niñas y padres en otras localidades del país. | D1+O2: A pesar de que será un establecimiento nuevo, este se podrá sar a conocer por diferentes medios, a su vez, considerando el constante crecimiento de la ciudad, será posible a futuro ampliar la gama de servicios a brindarse. |
| F2+O1: Contando con el personal capacitado y preparado para atender a los requerimientos de las niñas y padres de familia, será posible atender a la demanda creciente que se dé conforme pase el tiempo. | D3+O1: Como todo proyecto a instaurarse, este representará inicialmente altos costes por conceptos distintos, sin embargo, será un aspecto que conforme a la correcta evaluación financiera, y dado a que será un proyecto novedoso, en un futuro no lejano será posible recuperar toda la inversión realizada. |
| Oportunidades | Amenazas |
| F1+A2: La ubicación estratégica en centros comerciales que son los más visitados de la urbe, permitirá contrarrestar las acciones que realicen otros establecimientos. | D1+A1: Cumpliendo todas las disposiciones legales respectivas, será posible instaurar y poner en funcionamiento "Princess & Daddy Park" en el mercado sin ningún inconveniente. |
| F2+A3: Gracias a que se contará con el personal capacitado, será posible ofrecer una atención de calidad frente a otros establecimientos instaurados y de los cuales se desconoce el trato y servicios a brindarse a las menores. | D2+A3: A pesar de que la capacidad de financiamiento del proyecto sea inicialmente baja, debido a toda la inversión que se debe efectuar, conforme vaya creciendo el proyecto será posible efectuar gestiones relacionadas a la promoción de este nuevo negocio. |

4.8. Investigación de mercado

Se proceden a definir los aspectos a aplicar para el levantamiento de la información de carácter primario.

4.8.1. Método

El método de investigación que se determina en este caso será el inductivo, tomando en consideración lo expresado por Bernal (2013), “Con este método se

utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general” (p. 56).

Tomando en consideración lo expresado por Bernal, a través del método inductivo será posible tomar la información que expresen los padres en las encuestas, con el objetivo de tomarlas en consideración a la hora de desarrollar los puntos posteriores correspondientes a la promoción, instauración y administración del modelo de negocio a instaurarse en la ciudad de Guayaquil.

4.8.2. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación se determina que será no experimental dado a que las variables de la investigación no serán manipuladas durante el levantamiento de la información primaria, información que será vital para la posterior definición y aplicación de las estrategias y procesos operativos del modelo de proyecto a instaurarse en beneficio del segmento de mercado ya definido como lo son los padres de familias y sus hijas de entre cinco a doce años de edad.

4.8.2.1. Objetivos de la investigación: General y Específicos (Temas que desean ser investigados)

- **Objetivo General**

Obtener información relevante del segmento de mercado seleccionado respecto al modelo de negocio a instaurarse como lo es Princess & Daddy Park en la ciudad de Guayaquil.

- **Objetivos Específicos**

1. Analizar el nivel de confianza de los padres frente a los establecimientos de recreación y juegos para sus hijas.

2. Indagar sobre los aspectos que más interesan a los padres a la hora de seleccionar el lugar al cual acudirán con sus hijas por motivo de cuidado.
3. Conocer las preferencias de los padres a la hora de realizar una actividad recreativa en compañía de sus hijas.
4. Evaluar el nivel de aceptación de los padres de familia sobre la instauración de un nuevo modelo de negocio enfocado a las actividades de recreación y aprendizaje para sus hijas.
5. Determinar el lugar de preferencia por el segmento de mercado estudiado con respecto a la ubicación del nuevo modelo de negocio a instaurarse.

4.8.2.2. Tamaño de la muestra

Dado a que se determinó inicialmente que el segmento de mercado hacia el cual se direccionará el nuevo modelo de negocio serían los padres de familia de niñas de entre cinco a doce años de edad de la ciudad de Guayaquil, se procede a continuación con base a ese dato, a sacar el tamaño de la muestra hacia el cual se aplicará la técnica de investigación:

Tabla 7

Tamaño de la población

| Edad | Hombres | Mujeres de entre 5 a 12 años | |
|------|---------|------------------------------|---------|
| 5 | 21,728 | 20,929 | 42,657 |
| 6 | 21,928 | 21,524 | 43,452 |
| 7 | 22,270 | 21,543 | 43,813 |
| 8 | 23,424 | 23,069 | 46,493 |
| 9 | 23,793 | 23,494 | 47,287 |
| 10 | 25,917 | 24,888 | 50,805 |
| 11 | 24,995 | 24,028 | 49,023 |
| 12 | 21,046 | 20,037 | 41,083 |
| | | | 179,512 |

Con base a la información presentada por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEC (2010), se determina que en la ciudad de Guayaquil existen 179.512 mujeres de entre 5 a 12 años de edad. Por lo cual, se procede a aplicar la fórmula de la muestra infinita dado a que el número muestral las 100.000 unidades. Se acota además que en el cálculo de la fórmula se considerará un 95% de porcentaje de confiabilidad y 5% de margen de error.

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

n= 384 Tamaño de la muestra

Se determina que el número de encuestas a realizar será de 384 encuestas. Cabe mencionar que el tamaño de la muestras tomó por conveniencia en un lugar donde se llevará a cabo la investigación.

4.8.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

Se procede a continuación a definir las técnicas a emplearse en el levantamiento de la información primaria:

4.8.2.3.1. Concluyente (Encuesta)

Con el objetivo de obtener información específica por parte de los padres de familia sobre el nuevo proyecto a instaurarse dentro de la urbe porteña, se define a continuación el formato de preguntas a emplearse en el levantamiento de información:

- **Estado actual**

Tabla 8

Estado actual

| | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|------------------|---------------------|---------------------|
| Casado | 177 | 46% |
| Padre soltero | 89 | 23% |
| Padre divorciado | 118 | 31% |
| Total | 384 | 100% |

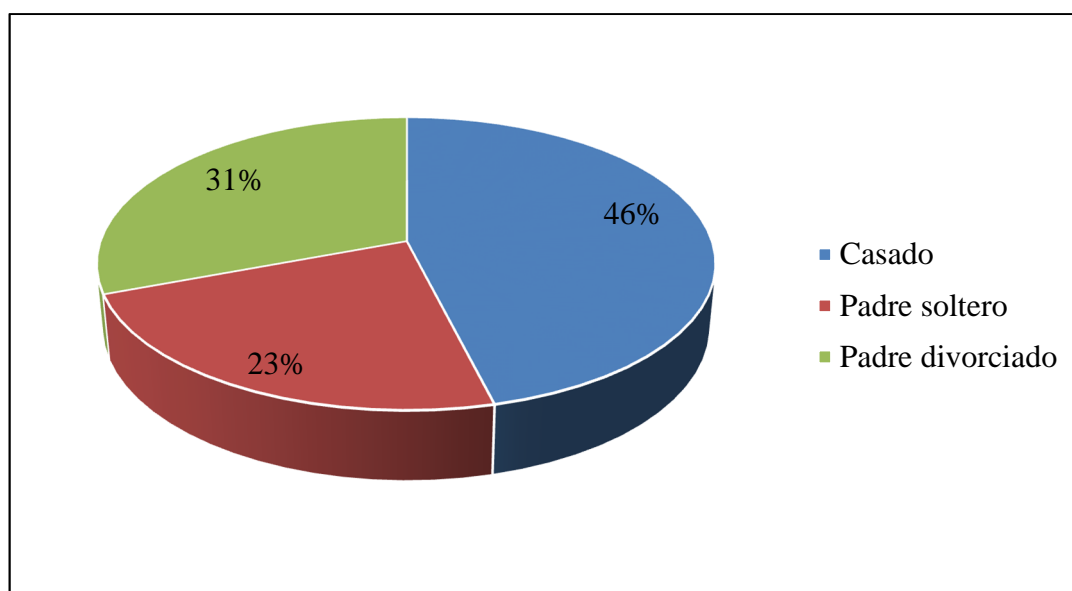


Gráfico 4. Estado actual

En primer lugar, se consideró necesario conocer el estado actual de los padres de familia encuestados; en este caso se identificó que el 46% de los padres encuestados se encuentran casados, el 31% son padres divorciados y el 23% son padres solteros. Por lo tanto, será importante enfocar las estrategias de marketing de modo que incluya tanto a los padres de familia casados, como a los padres solteros y divorciados.

- **Edad de su hija**

Tabla 9

Edad de su hija

| | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|-----------------|----------------------------|----------------------------|
| De 5 a 6 años | 134 | 35% |
| De 7 a 8 años | 103 | 27% |
| De 9 a 10 años | 81 | 21% |
| De 11 a 12 años | 66 | 17% |
| Total | 384 | 100% |

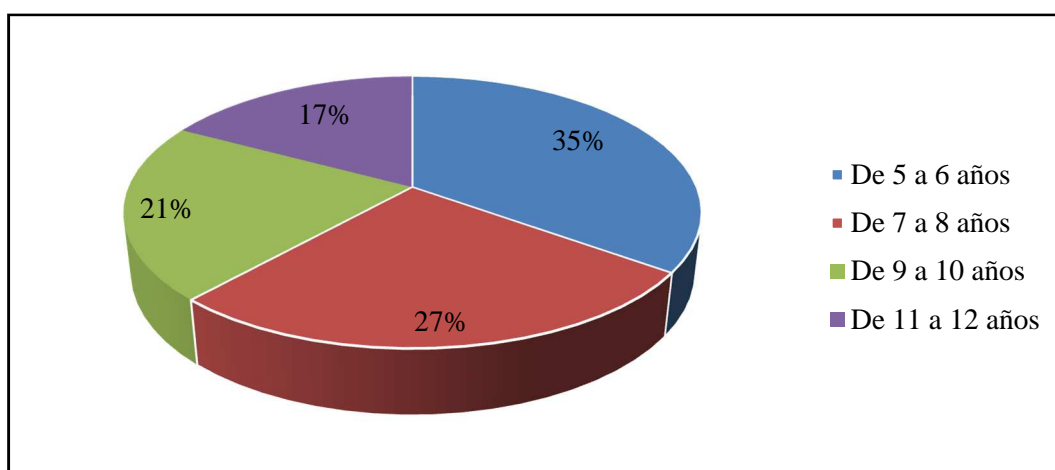


Gráfico 5. Edad de su hija

En lo que respecta a la edad de las niñas, el 35% de los padres encuestados indicaron que tienen hijas en edades de 5 a 6 años; el 27% indicó que tiene hijas en edades de 7 a 8 años; un 21% tiene hijas de 9 a 10 años y el 17% restante tiene hijas de 11 a 12 años. Estos resultados demuestran que la mayor parte de las niñas, se encuentran en una edad en la que les gusta divertirse jugando con accesorios, sin embargo será importante orientar los servicios de la empresa de modo que sea del interés de las niñas en edades de 9 a 12 años.

1) ¿Cuántos días a la semana dedica tiempo a su hija?

Tabla 10

Días de la semana que dedica a su hija

| | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|---------------------------|---------------------|---------------------|
| Todos los días | 38 | 10% |
| De 2 a 3 días a la semana | 125 | 33% |
| De 4 a 5 días a la semana | 61 | 16% |
| Solo fines de semana | 160 | 42% |
| Total | 384 | 100% |

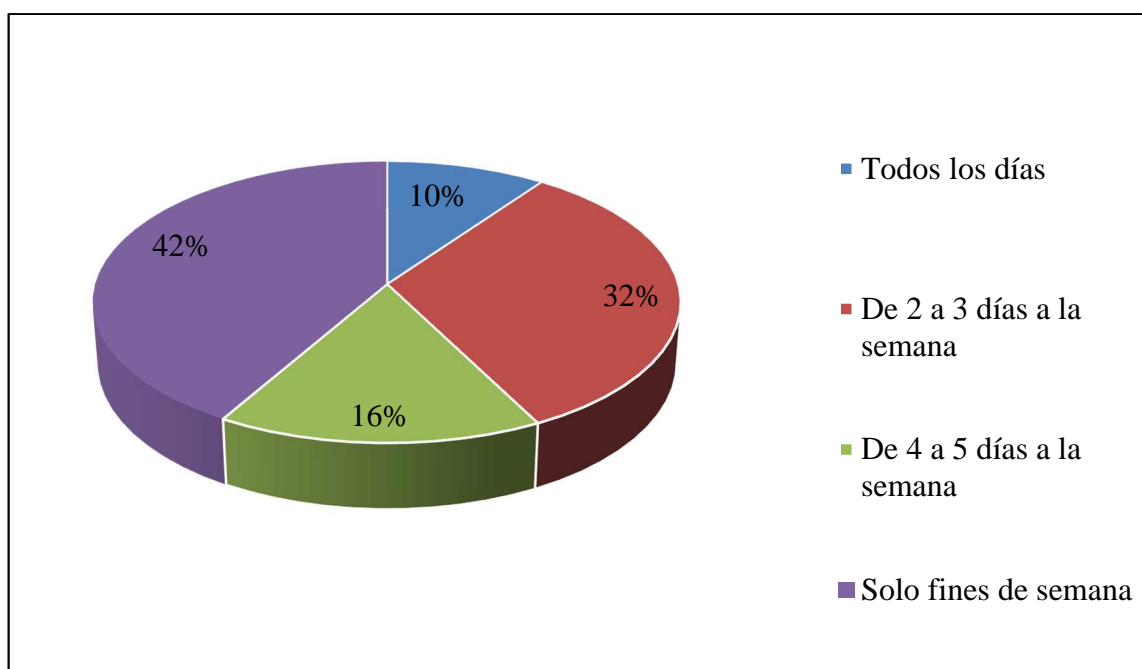


Gráfico 6. Días de la semana que dedica a su hija

El 42% de los padres de familia indicó que le dedica tiempo a su hija únicamente los fines de semana; mientras que un 32% indicó que dedica entre 2 a 3 días a la semana para compartir con su hija. Estos resultados demuestran que la mayor parte de los padres de familia encuestados destina poco tiempo para pasar tiempo de calidad con sus hijas, lo cual puede ser un factor que genere una brecha en los vínculos familiares entre padres e hijas.

2) ¿Cuenta con alguien que le ayude en el cuidado de su hija en horas laborales? (En caso de responder que sí, pasar a la pregunta 3, de lo contrario pasar a la pregunta 4)

Tabla 11

Ayuda en el cuidado de su hija

| | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|-------|---------------------|---------------------|
| Sí | 203 | 54% |
| No | 171 | 46% |
| Total | 374 | 100% |

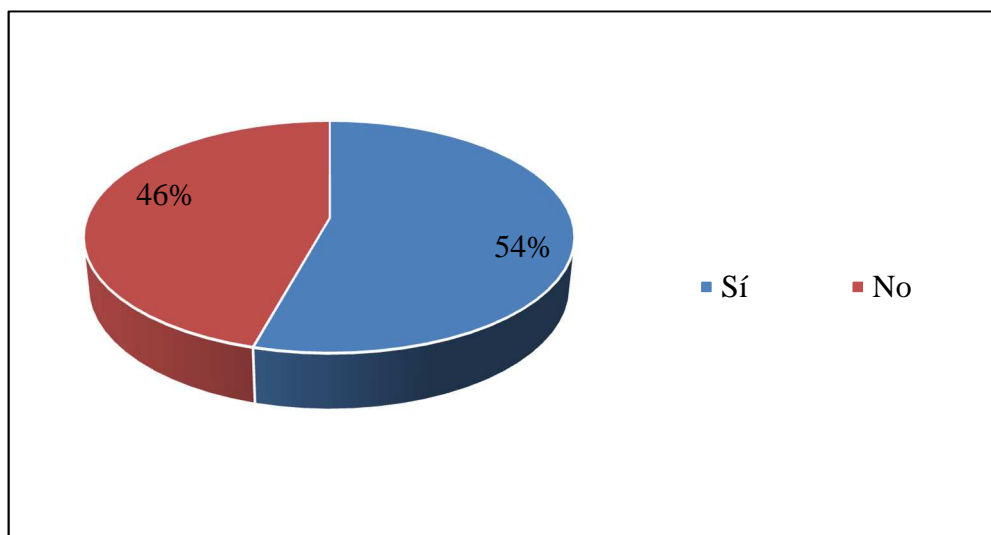


Gráfico 7. Ayuda en el cuidado de su hija

Del total de padres de familia encuestados, el 54% indicó que sí cuenta con alguien que le ayude en el cuidado de su hija en horas laborales, mientras que el 46% de los padres de familia indicaron que no cuentan con ayuda de terceras personas para cuidar a sus hijas.

3) ¿Quién se queda a cargo de su hija en sus horas laborales?

Tabla 12

Cuidado de su hija en horas laborales

| | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|---------------------|---------------------|---------------------|
| Un familiar | 159 | 78% |
| Asistente doméstica | 18 | 9% |
| Guardería | 26 | 13% |
| Total | 203 | 100% |

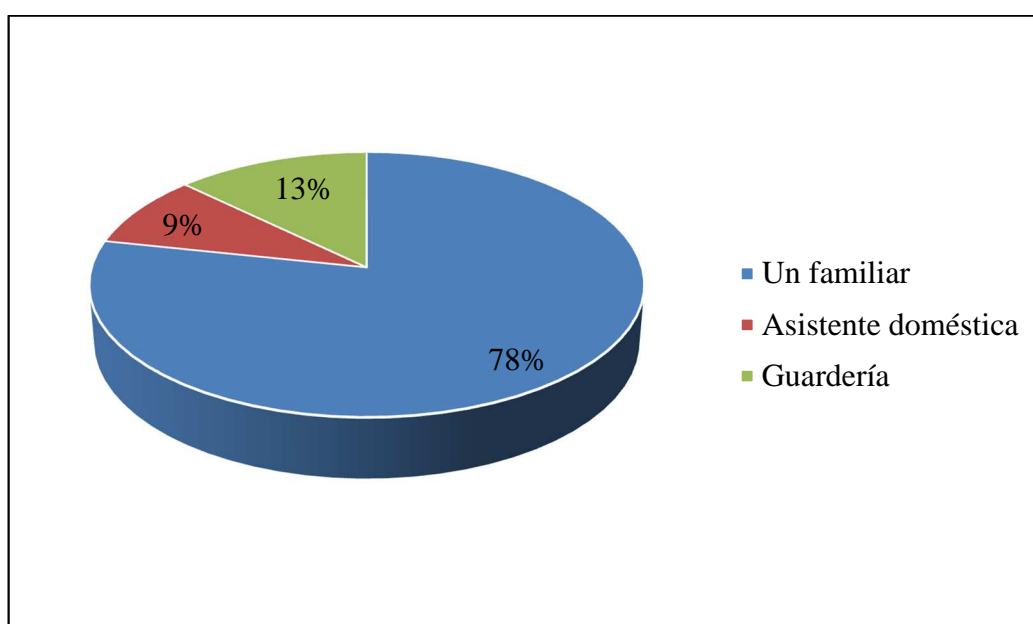


Gráfico 8. Cuidado de su hija en horas laborales

En el caso de los padres que indicaron que sí cuentan con alguien que le ayude en el cuidado de su hija en horas laborales, el 78% mencionó que recibe ayuda de un familiar, el 13% indicó que deja a sus hijas en una guardería, mientras que el 9% restante indicó que recibe ayuda de una asistente doméstica. Considerando que la mayor parte de los padres de familia deja a sus hijas al cuidado de terceras personas en horas laborales, se considera importante que destinen mayor cantidad de tiempo para fortalecer los vínculos familiares.

4) ¿En sus tiempos libres realiza alguna actividad en particular con su hija?

(En caso de responder que sí, pasar a la pregunta 5, de lo contrario pasar a la pregunta 6)

Tabla 13

Actividad en tiempos libres

| | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|-------|---------------------|---------------------|
| Sí | 155 | 40% |
| No | 229 | 60% |
| Total | 384 | 100% |

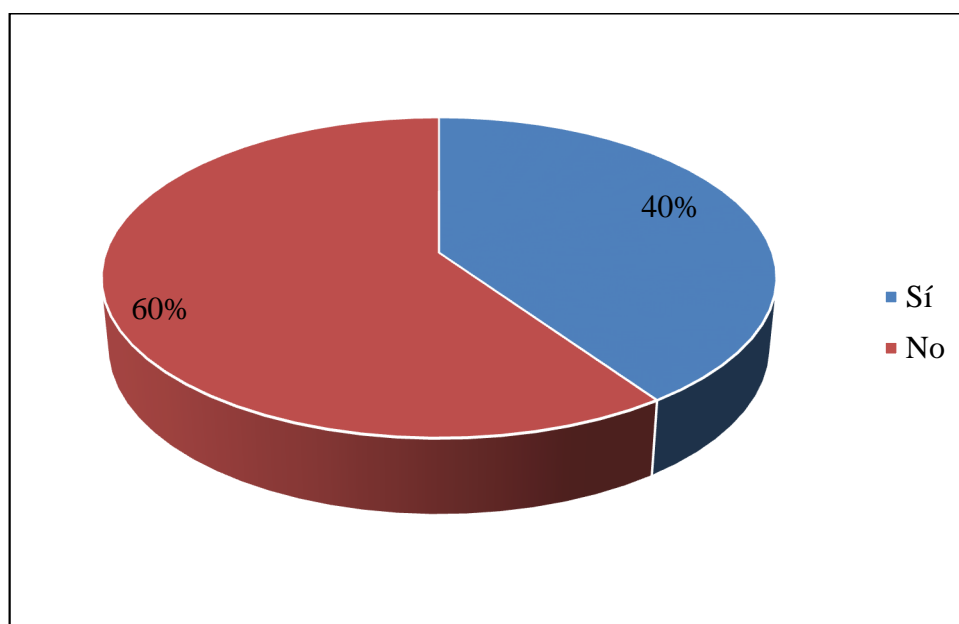


Gráfico 9. Actividad en tiempos libres

Del total de encuestados, el 60% mencionó que en sus tiempos libres no realiza alguna actividad en particular con su hija, mientras que el 40% respondió de forma afirmativa. En este caso, los resultados demuestran que la mayor parte de los padres de familia no destinan tiempo para realizar actividades de integración con sus hijas, lo que corrobora la existencia de la problemática analizada.

5) ¿Qué tipo de actividades han realizado anteriormente en su tiempo libre con su hija?

Tabla 14

Actividades que realiza en su tiempo libre con su hija

| | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|---|----------------------------|----------------------------|
| Ir al cine | 102 | 27% |
| Visitar centros comerciales | 87 | 23% |
| Recorrer sitios turísticos de la urbe | 33 | 9% |
| Juegos al aire libre | 84 | 22% |
| Realizar juegos en lugares de entretenimiento | 75 | 20% |
| Otros | 3 | 1% |
| Total | 384 | 100% |

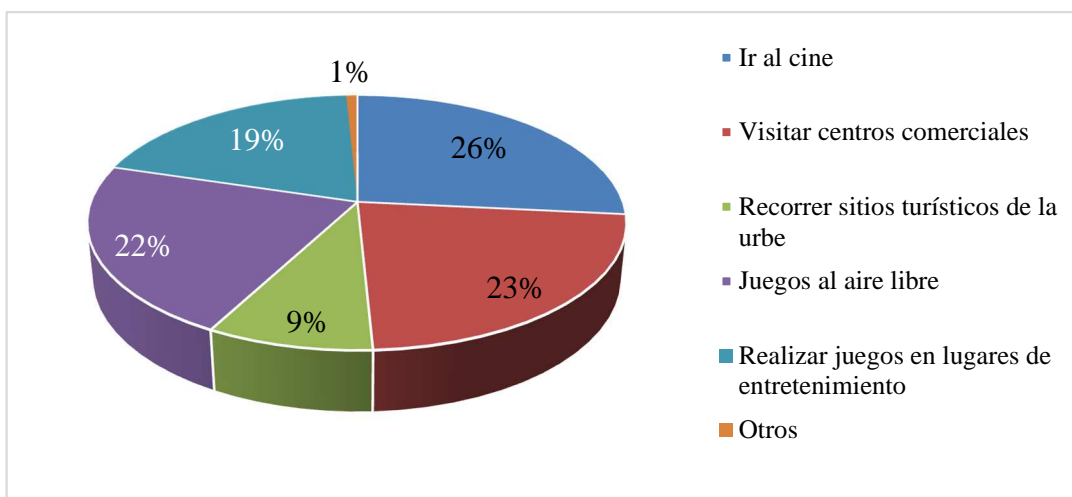


Gráfico 10. Actividades que realiza en su tiempo libre con su hija

Según estos resultados, el 26% de los padres en sus tiempos libres acuden al cine con sus hijas, mientras que el 23% visita los centros comerciales, un 22% dijo que mencionó que prefiere el realizar juego al aire libre, un 9% dijo que recorrer sitios turísticos de la urbe. Con base a estos resultados obtenidos, es posible determinar que los padres a pesar de sus obligaciones siempre tienen para realizar algún tipo de actividad con sus hijas.

6) ¿Cómo califica su situación económica?

Tabla 15

Situación económica

| | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|------------|---------------------|---------------------|
| Alta | 4 | 1% |
| Media | 295 | 77% |
| Media baja | 70 | 18% |
| Baja | 15 | 4% |
| Total | 384 | 100% |

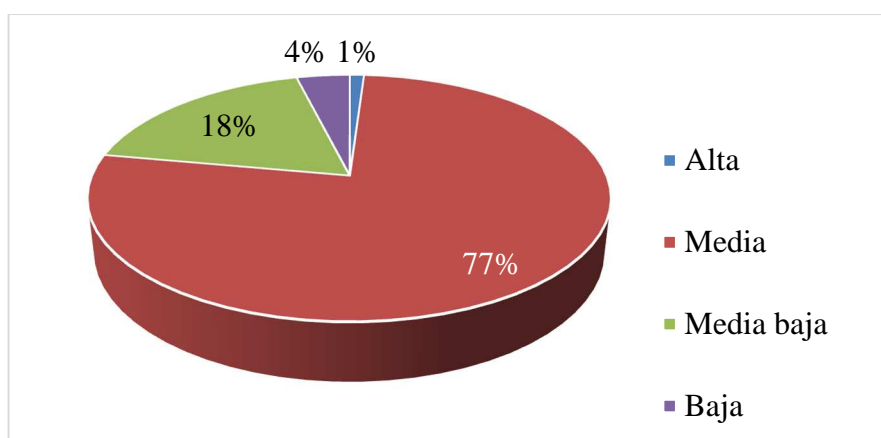


Gráfico 11. Situación económica

Con base a esta pregunta, se puede determinar que el 77% de los encuestados respondieron que se consideran de un NSE medio, mientras que el 18% respondió que se considera de una posición media baja, un 4% dijo que se considera de clase social baja, mientras que apenas un 1% dijo considerarse de NSE alto. Estos resultados permiten determinar que el segmento de mercado seleccionado cumple con los requisitos previamente definidos como parte del mercado meta al cual se direccionará el nuevo modelo de negocio a instaurarse.

7) **¿Conoce algún lugar dentro de la ciudad en la que se ofrecen servicios de recreación para usted y su hija? (En caso de responder que sí, pasar a la pregunta 8, de lo contrario pasar a la pregunta 9)**

Tabla 16

Conoce de lugares de diversión y aprendizaje infantil

| | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|-------|---------------------|---------------------|
| Sí | 384 | 91% |
| No | 36 | 9% |
| Total | 420 | 100% |

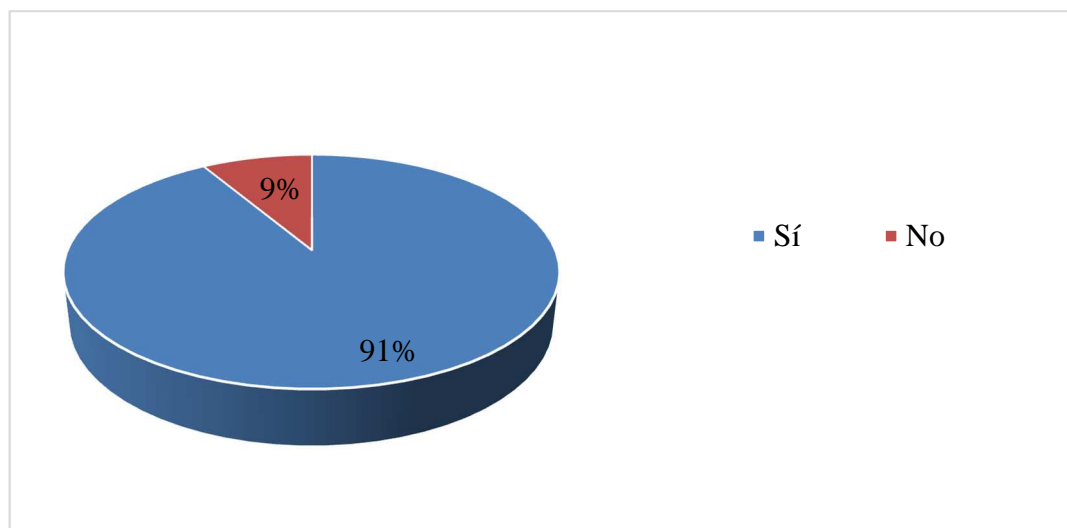


Gráfico 12. Conoce de lugares de diversión y aprendizaje infantil

Con base a esta pregunta, el 91% de los encuestados respondió que sí tiene conocimiento de otros lugares dentro de la urbe en la que se ofrezca servicio de recreación infantil, apenas un 9% dijo que desconoce de estos lugares, dado a que prefieren realizar otras actividades en sus tiempos libres cuando están en compañía de sus hijas.

8) De los siguientes lugares de recreación infantil que se mencionan a continuación ¿indique a cuales ha asistido o conoce?

Tabla 17

Lugares de recreación infantil que conozca

| | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|--------------------|---------------------|---------------------|
| Chicki place | 233 | 67% |
| Acuarelas de sueño | 12 | 3% |
| Animal Adventure | 9 | 3% |
| Safari Park | 7 | 2% |
| Play park | 11 | 3% |
| Play zone | 45 | 13% |
| La granja móvil | 16 | 5% |
| Safari Zone | 8 | 2% |
| Fun Zone | 6 | 2% |
| Game park | 1 | 0% |
| Total | 348 | 100% |

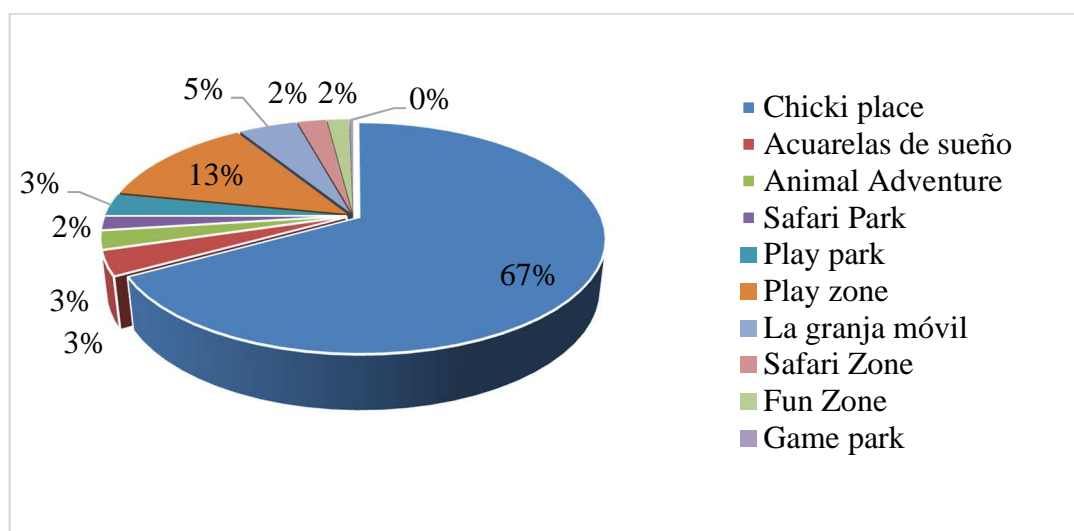


Gráfico 13. Lugares de recreación infantil que conozca

Según los resultados de esta pregunta, el 67% de los padres respondieron que conocen Chicki Place, mientras que un 13% dijo tener presente Play Zone. Es posible determinar que a pesar que existen varios establecimientos centrados al público infantil, cada uno tiene algo diferente que agrada al segmento al cual se direccionan.

- 9) **En caso de que se implemente un lugar en el cual además de ofrecerse actividades de recreación y juegos, sea posible contribuir con el aprendizaje e interacción mutua con su hija ¿Acudiría a este tipo de lugares recreación?**

Tabla 18

Aceptación por un lugar de recreación y aprendizaje para niñas

| | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|-------|---------------------|---------------------|
| Si | 383 | 99% |
| No | 1 | 1% |
| Total | 384 | 100% |

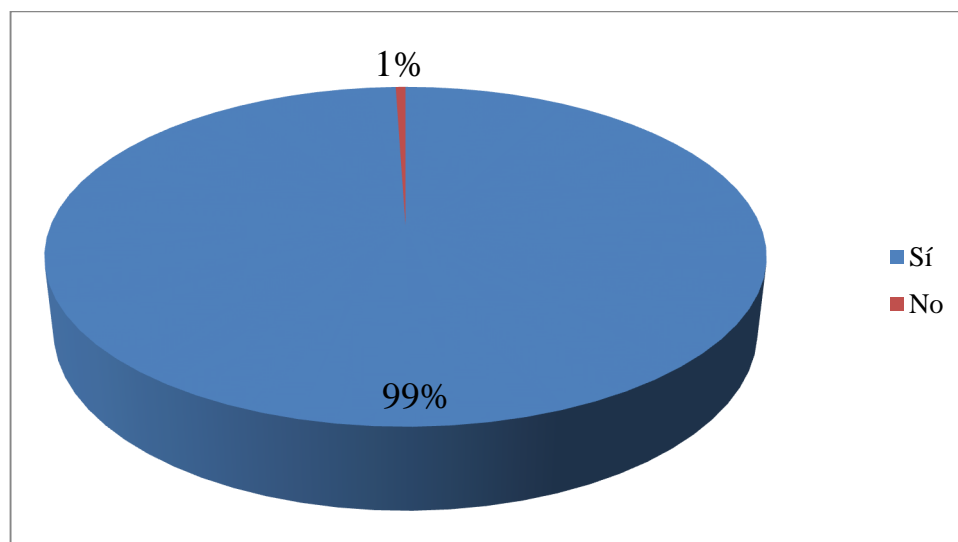


Gráfico 14. Aceptación por un lugar de recreación y aprendizaje para niñas

El 99% de los padres respondió que sí estaría dispuesto a acudir a un sitio dentro del cual además de recreación y diversión para sus hijas, aprendan diferentes cosas a través de los juegos guiados por las especialistas que se encontraran en el mismo, a su vez, el hecho de que existan actividades en las que puedan compartir con sus hijas, es un aspecto de gran importancia y que llamará mucho la atención de los padres de familia.

10) Desde su punto de vista y por preferencia ¿Dónde le agradaría encontrar un sitio de recreación y aprendizaje para su hija y usted?

Tabla 19

Lugar de preferencia

| | Frecuencia absoluta | Frecuencia relativa |
|---|---------------------|---------------------|
| Centro comercial | 353 | 92% |
| Establecimiento propio en algún sector de la ciudad | 25 | 7% |
| Dentro de una institución educativa | 5 | 1% |
| Otros | 0 | 0% |
| Total | 383 | 100% |

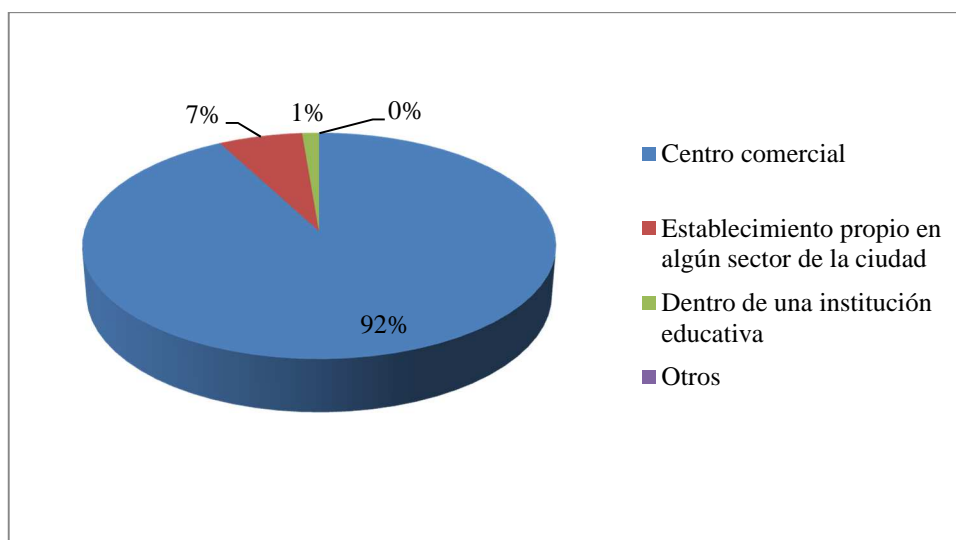


Gráfico 15. Lugar de preferencia

Respecto a esta pregunta, los encuestados mencionaron en su mayoría (92%) que por preferencia les agradaría que el nuevo modelo de negocio funcione dentro de un centro comercial, dado a que por la facilidad de llegadas a estos y alternativas que estos ofrecen, son visitados de manera constante, por lo cual se determinó necesario considerar este aspecto a la hora de seleccionar un lugar en particular para instaurar Princess & Daddy Park.

4.8.1.1. Resumen e interpretación de resultados

Para la ejecución del estudio de mercado, se seleccionó a 384 padres de familia que tengan hijas en edades de entre los 5 y 12 años en la ciudad de Guayaquil; en este caso, para obtener información relevante del mercado meta se aplicó la técnica de estudio en diferentes sectores de la ciudad, distribuyendo la selección de unidades muestrales de la siguiente forma: 60% de padres de familia que residen en el sector sur, 10% del sector centro, y 30% del sector norte de la ciudad.

A partir de los resultados obtenidos, se identificó que el 42% de los padres de familia únicamente dedican los fines de semana para compartir tiempo con sus hijas, de las cuales el 62% tiene edades que oscilan entre los 5 a 8 años, es decir, se encuentran en una etapa de desarrollo donde el fortalecimiento de los vínculos familiares constituye un aspecto fundamental para lograr una formación integral.

Así mismo, se identificó que la mayor parte de los padres de familia encuestados desconocen de centros de diversiones donde pueden pasar tiempo de calidad con sus hijas, puesto que los centros que actualmente existen en la ciudad no ofrecen un servicio especializado únicamente para las niñas. En lo que respecta al nivel de aceptación del servicio, se identificó que aproximadamente el 95% de padres de familia se mostraron interesados en que se implemente un centro de diversiones para padres e hijas en un centro comercial de la ciudad de Guayaquil.

4.8.2. Conclusiones de la Investigación de Mercado

Una vez realizada la investigación de campo, tanto a partir de los resultados obtenidos de las encuestas, como a través de la observación y el análisis de los factores macroeconómicos, se puede concluir lo siguiente:

- De acuerdo al análisis realizado del macro entorno, se identificó que en la actualidad existe una tendencia en la cual los padres de familia buscan lugares de esparcimiento para compartir con sus hijas y fortalecer los vínculos familiares. Es decir, han adquirido un rol más protagónico en la formación de sus hijas y por lo tanto surge la oportunidad de cubrir la necesidad de esparcimiento con un centro de diversiones especializado.
- En lo que respecta al estudio del mercado, se identificó que en la actualidad se han instaurado centros de recreación y diversión para niños, sin embargo el modelo de servicio de estas empresas involucra tanto a niñas como a niños; es decir, en la actualidad no existe un centro de diversiones con servicio focalizado a padres e hijas.
- En cuanto al estudio de campo, se identificó que existe un alto porcentaje de aceptación por parte de los padres de familia con relación al modelo de negocio de “Princess & Daddy Park” que se busca implementar en la ciudad de Guayaquil.

4.8.3. Recomendaciones de la Investigación de Mercado

A partir de las conclusiones de la investigación de mercado, se establecen las siguientes recomendaciones:

- Considerando que se trata de una empresa nueva en el mercado, se recomienda realizar una campaña promocional a través de diferentes medios, de modo que se logre captar el interés del segmento objetivo.

- Se recomienda destacar el factor diferenciador de la empresa “Princess & Daddy Park”, considerando que el servicio para padres e hijas incluirá actividades de bailoterapia, gabinete y supermercado.
- Es recomendable establecer una estrategia de precio que se ajuste a las características y nivel socio económico del segmento de mercado hacia el cual se dirige la empresa “Princess & Daddy Park”.

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo general

Desarrollar un modelo de negocio basado en un centro de diversiones especializado para padres e hijas “Princess & Daddy Park” en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos

- Identificar el mercado meta de la empresa “Princess & Daddy Park” en la ciudad de Guayaquil.
- Establecer estrategias de producto, precio, plaza y promoción, para la correcta introducción de la empresa “Princess & Daddy Park” en la ciudad de Guayaquil.
- Diseñar la imagen corporativa de la empresa “Princess & Daddy Park”.
- Definir el presupuesto de marketing para la introducción de la empresa “Princess & Daddy Park” en la ciudad de Guayaquil.

5.1.1. Mercado Meta

El mercado meta hacia el cual se dirigirá la empresa “Princess & Daddy Park” estará conformado por hombres, en edades de 20 a 45 años de nivel socioeconómico C+ y B de la ciudad de Guayaquil. En este caso, se considera tanto a padres de familia, como a padres divorciados o padres solteros que tengan hijas en edades de entre 5 a 12 años, quienes por diferentes factores no puedan compartir tiempo calidad suficiente junto a sus hijas y por lo tanto tengan la necesidad de contar con un centro de diversiones especializado para padres e hijas.

5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

Para la introducción de la empresa “Princess & Daddy Park” en la ciudad de Guayaquil, se requiere de la aplicación de estrategias de penetración de mercado considerando que se trata de un nuevo modelo de negocio y por lo tanto no cuenta con reconocimiento en el sector de entretenimiento para niños. En este caso, a pesar de que en la ciudad no existe otra empresa que ofrezca un servicio basado en un centro de entretenimiento especializado para padres e hijas, de acuerdo al estudio preliminar de mercado se identificó otros modelos de negocios que proporcionan a los padres de familia un espacio en donde sus hijos puedan entretenerse y aprender bajo la supervisión de expertos.

Por lo tanto, para la introducción del negocio se aplicarán estrategias basadas en el incremento de la actividad promocional de la empresa “Princess & Daddy Park”, esto permitirá no solo dar a conocer a la empresa, sino también comunicar al segmento objetivo el factor diferencial del modelo de negocio, considerando que el servicio de entretenimiento que ofrecerá la empresa estará focalizado a padres de familia y sus hijas.

5.1.1.2. Cobertura

La empresa “Princess & Daddy Park” estará ubicada en el centro comercial Riocentro Sur de la ciudad de Guayaquil, sin embargo la cobertura del mercado incluye a padres e hijas que residan en el sector centro y sector norte que visiten el centro comercial ya sea los fines de semana o días feriados. En este caso, se seleccionó este establecimiento de forma estratégica considerando que en el sector norte existe mayor nivel de competencia, la misma que se ha establecido en diferentes centros comerciales del sector.

Es importante destacar que a pesar de que inicialmente se pretende establecer únicamente un establecimiento en el centro comercial Riocentro Sur, a largo plazo se evaluará la oportunidad de establecer nuevas sucursales en otros centros comerciales de la ciudad de Guayaquil.

5.2. Posicionamiento

Considerando las características con base a las cuales se ha diseñado el modelo de negocio de “Princess & Daddy Park”, se aplicará un tipo de posicionamiento con relación al mercado meta; esto implica que las estrategias de promoción estarán orientadas a captar el interés de los padres de familia, así como también a padres divorciados o padres solteros que tengan hijas en edades de entre 5 a 12 años. En este caso, considerando que en el mercado guayaquileño existen empresas que ofrecen el servicio de entretenimiento para niñas, será necesario destacar el factor diferenciador del negocio, puesto que “Princess & Daddy Park” enfocará su servicio únicamente al segmento de padres e hijas.

Para lograr el posicionamiento esperado, se utilizarán herramientas de promoción, a través de las cuales se comunicará el mensaje de posicionamiento que la empresa “Princess & Daddy Park” en relación al servicio diferenciado de entretenimiento para padres e hijas. Así como también se deberá destacar las variables relacionadas a las características y la calidad del servicio, considerando que este contará con tres áreas: bailoterapia, gabinete y supermercado.

5.3. Marketing Mix

5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios

Las estrategias de producto o servicios que se determinan para Princess & Daddy Park se categorizarán de la siguiente manera:

Estrategias de introducción al mercado: Al ser un modelo de negocio nuevo, será fundamental que se desarrollen estrategias de introducción o penetración de mercado, esto en el caso específico de Princess & Daddy Park, al ser un lugar de entretenimiento y recreación para niñas y padres, será necesario dar a conocer por todos los medios el tipo específico de servicios que se podrán ejecutar, por lo tanto, como estrategias de productos se determina vital realizar las siguientes acciones:

- Comunicar sobre los juegos y actividades que podrán realizar las niñas con sus padres cuando estos estén prestos.
- Resaltar la calidad del servicio a ofrecerse.
- Asegurar la seguridad de las niñas y padres dentro del establecimiento.
- Resaltar los beneficios del juego y aprendizaje al que serán partícipes las niñas.
 - En cada uno de los juegos se contará con la asistencia de cada una de las tutoras encargadas por áreas, a fin de que enseñen a través de las actividades realizadas cosas importantes.
- Resaltar la variedad de recursos con los que se cuenta dentro de cada una de las actividades que se ejecutaran.
- Servicio únicos y exclusivos centrados al público infantil femenino dentro de la ciudad de Guayaquil.

Como se evidencia en la lista anterior, se busca principalmente informar y vender más que nada, todo lo que ofrecerá Princess & Daddy Park como lugar de entretenimiento para el segmento objetivo, asegurando aspectos tales como la seguridad del lugar, el aprendizaje adquirido, entre otros puntos necesarios vitales para lograr atraer la atención de los padres quienes serán los que determinarán aceptar el servicio y pagar por el mismo.

5.3.2. Estrategia de Precios

En lo que respecta a las estrategias de precios se determina que se aplicará una estrategia denominada “Estrategia de precios para paquetes de productos”: Esta estrategia se aplica dado a que los padres al cancelar la entrada de sus hijas al parque, podrán realizar cualquiera de las actividades que se ofrezcan en este. Es decir, que por el precio determinado, las niñas podrán realizar las tres actividades a su gusto sin ningún tipo de restricción, dado a que el precio del servicio cubrirá todas las actividades que se ofrecen de la mano de las tutoras encargadas y con la compañía de sus padres.

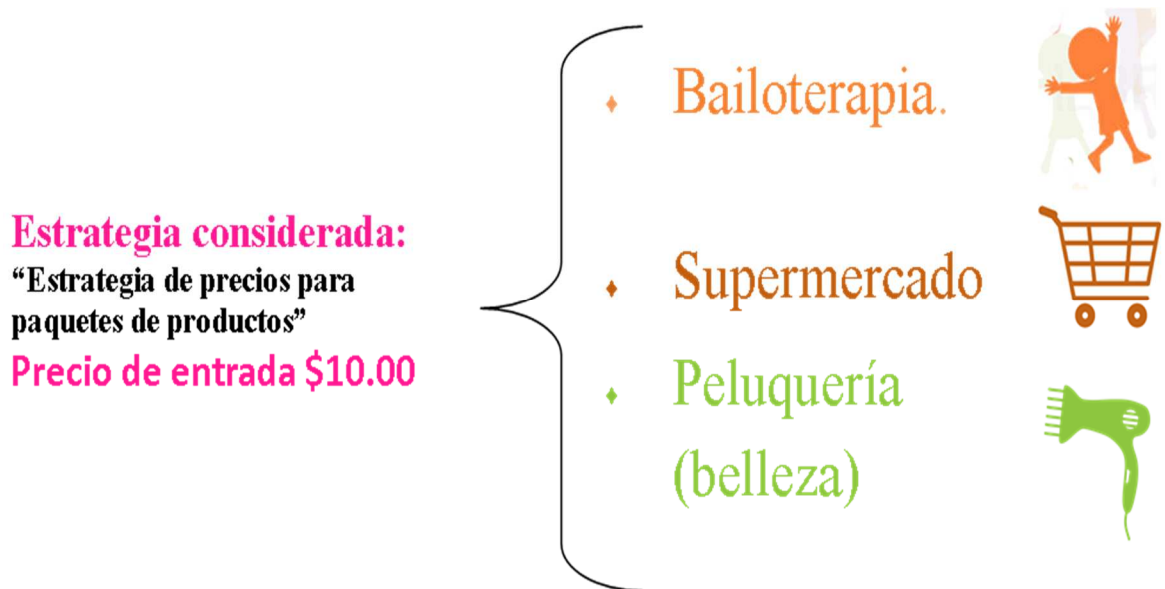


Gráfico 16. Estrategia de precios

5.3.2.1. Precios de la Competencia

Según el análisis efectuado de las empresas competidoras, los precios que manejan en sus servicios varían sin embargo se detallan brevemente estos según el establecimiento:

- Chiky Place:
 - Media hora \$2,50

- Una hora \$5,00
 - Acuarelas de sueños
- Precio por niño \$2,00
 - Safari Park
- Por niño \$2,00
 - Play Park
- Por juego \$0.75
- Brazaletes ilimitados para todos los juegos \$9.95
 - La granja móvil
- \$3,00 pagan los niños
- \$5,00 pagan los adultos
 - Safari Zone
- Tarjeta recargable precio inicial \$0,80 ctv.
- Precios de los juegos varía entre \$0,50 y \$0,98 ctvs.
 - Play Zone.
- Precios varían de entre \$0,35 ctvs. a \$0,75 ctvs.

5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

Durante la selección del segmento objetivo hacia el cual se direccionan los servicios de este modelo de negocio, se determinó que serían padres de familia de entre 20 a 44 años de edad de un NSE B y C+, esto con el objetivo de garantizar que el plan de negocios se direccionará a un segmento de mercado con poder adquisitivo para poder costear el pago del servicio de recreación.

5.3.2.3. Políticas de Precio

En lo que respecta a las políticas de precios se establecen las siguientes consideraciones:

- Para que el grupo objetivo (niñas de 5 a 12 años, pueda acceder a todos los juegos y servicios, se deberá cancelar inicialmente el precio establecido.
- Las formas de pago podrán darse tanto en efectivo como a través de tarjeta de crédito sin diferir.
- Una vez ingresado al establecimiento, independientemente del tiempo en el que se haya estado, no habrá devolución del valor cancelado.
- El precio cancelado inicialmente será para una persona y su encargado directo (padre e hija/hija-acompañante).
- No será transferible para otras personas que lleguen después y busquen hacer uso del tiempo disponible de la persona a la cual se le solicitó el servicio.

Cabe mencionar que las políticas de precios establecidas más que todo buscan garantizar el bienestar económico y financiero de la empresa, sin descuidarse los requerimientos de los clientes, por ello, durante el proceso de promoción de Princess & Daddy Park, se informará sobre las cláusulas del servicio una vez cancelado, a fin de evitar inconvenientes con los clientes que son la parte esencial del servicio

5.3.3. Estrategia de Plaza

Para lograr un alcance apropiado del segmento objetivo de la empresa “Princess & Daddy Park”, un aspecto esencial para la comercialización se basa en la selección de una estrategia de plaza que se ajuste a las características del negocio y el servicio que se pretende introducir al mercado. Por lo tanto, a continuación se detallan las

características de localización, distribución de espacios, merchandising y las políticas de servicio al cliente con base a las cuales implementará la empresa.

5.3.3.1. Localización de puntos de venta

En lo que respecta a la localización, considerando que se trata de un nuevo modelo de negocio enfocado a proporcionar el servicio de centro de diversiones para padres e hijas; resulta fundamental seleccionar un punto de venta estratégico que facilite la captación de potenciales clientes. Por lo tanto, con base a las características del servicio y el tipo de mercado hacia el cual está direccionado el negocio, se determina la implementación del local “Princess & Daddy Park” dentro del Centro Comercial Riocentro Sur, el cual posee un área total de 35.000 m² y acoge a 104 establecimientos comerciales.



Gráfico 17. Localización de Princess & Daddy Park

Fuente: (Riocentro Shopping, 2017)

En este caso, con base a la investigación de mercado y la observación realizada, se identificó que en el Centro Comercial Riocentro Sur, existe un bajo nivel de competencia directa, puesto en la actualidad en la categoría de establecimientos de entretenimiento únicamente opera el Centro de Diversiones Play Zone, el cual se direcciona a un segmento de mercado diferente del cual pretende captar la empresa “Princess & Daddy Park”.

5.3.3.2. Distribución del espacio

Para lograr una óptima prestación del servicio que garantice la satisfacción de los potenciales clientes, es necesario establecer una adecuada distribución del espacio para todas las categorías de servicio. En este caso, considerando que la dimensión total del local será de 12m x 15m, se determina la siguiente distribución:

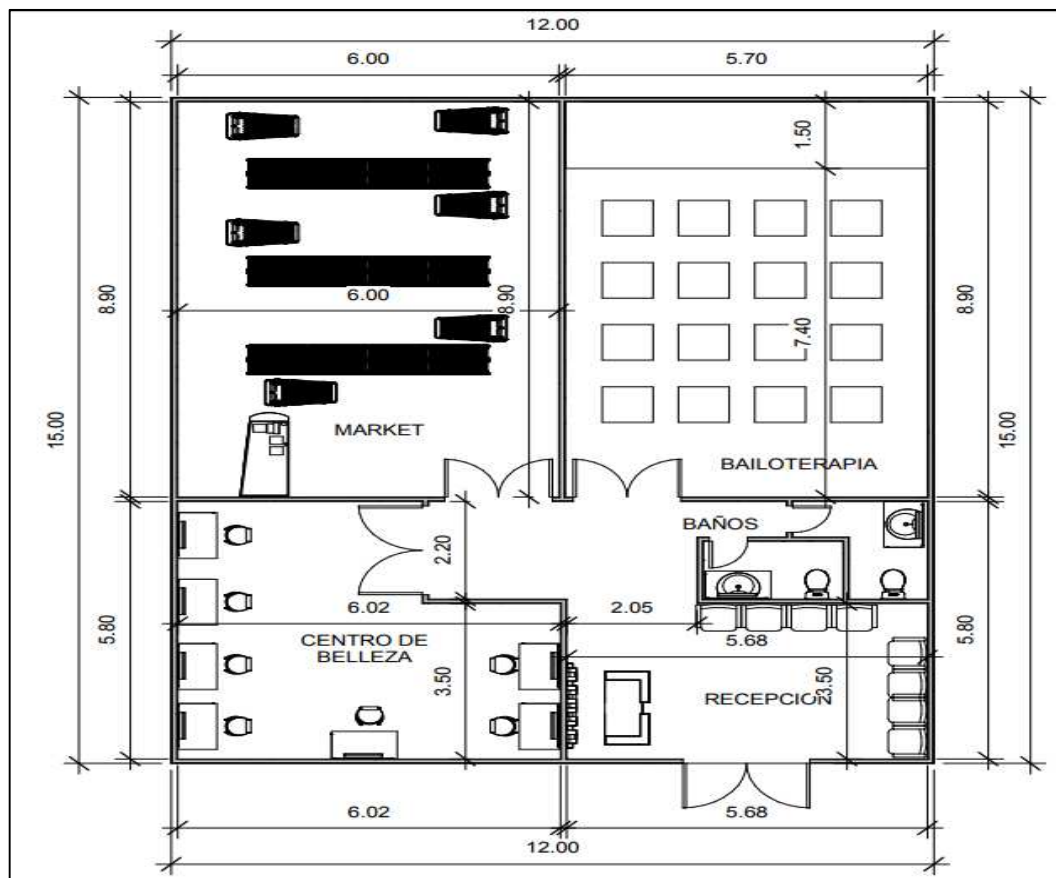


Gráfico 18. Localización de Princess & Daddy Park

5.3.3.3. Políticas de servicio al cliente: pre-venta y post-venta, quejas, reclamaciones, devoluciones

La empresa “Princess & Daddy Park” pretende ofrecer un espacio seguro y especializado para padres e hijas, de modo que les permita divertirse y compartir tiempo de calidad en las diferentes áreas de entretenimiento disponibles. En este caso, considerando que las niñas necesitan de un ambiente seguro y enriquecedor en el que puedan construir relaciones saludables de confianza con otras niñas y sus padres; se ha dispuesto el siguiente rango de edad hacia el cual se enfoca el servicio: niñas de 5 a 12 años de edad, quienes podrán acceder a las tres áreas de servicio en compañía de sus padres y bajo asesoría de personal capacitado.

La zona de la diversión estará supervisada durante las horas de funcionamiento y se ofrece de forma integral al servicio. La zona de la diversión se divide en tres áreas principales. El cuarto delantero que incluye el área de bailoterapia, en la sección siguiente se incluye el área de gabinete la cual contará con todos los implementos necesarios, y finalmente se incluye el área de supermercado. Es importante destacar que existe un límite de tiempo de una hora en total para acceder a las tres áreas de servicio, la cual puede ser distribuida a elección de los clientes.

Políticas de servicio pre-venta y post-venta

Con base a las características generales, se establecen las siguientes políticas del servicio pre-venta y post-venta:

- El personal de la empresa “Princess & Daddy Park” estará comprometido a trabajar y proporcionar un ambiente divertido y supervisado de cuidado infantil.

- Se proporcionará asesoría profesional de instructores de forma integral al servicio en todas las áreas del centro de diversión.
- El personal de la empresa deberá cumplir las especificaciones de trabajo establecidas a cada cargo.
- El personal de la empresa deberá respete todas las pautas del uniforme de “Princess & Daddy Park”.
- El personal de la empresa deberá proporcionar el servicio a los clientes mostrando una actitud positiva.
- Una vez que el cliente realice la cancelación del servicio, tendrá acceso a las tres áreas de entretenimiento con sus hijas: bailoterapia, gabinete, y supermercado. Contará con un límite de tiempo de una hora para acceder a las tres áreas, y podrá distribuir el tiempo de permanencia según su conveniencia.
- La empresa deberá ajustarse a todos los requisitos de licencia estatales, además de mantener al día en todos los requisitos de cuidado infantil relacionados con la salud del estado en que se encuentra la empresa.
- La empresa no se hará responsable por pérdidas dentro del establecimiento, es decir, cada cliente será responsable de sus pertenencias.

Políticas de quejas, reclamaciones y devoluciones

- En caso de que los clientes no se encuentren satisfechos con cualquier aspecto del servicio que proporcionará “Princess & Daddy Park” y desea presentar una queja deberá contactarse con el área administrativa de la empresa.

- Para realizar reclamaciones los clientes deberán contactarse vía correo electrónico con el departamento administrativo, de modo que permita procesar su reclamo de manera rápida y oportuna.
- Un miembro del equipo recibirá la reclamación y evaluará el caso para establecer la acción correspondiente. A continuación, se le remitirá al cliente un formulario de reclamación en caso de necesidad.
- El cliente deberá completar el formulario de reclamación y remitirlo tan pronto como sea posible, junto con cualquier información adicional que se requiera.
- Una vez que su reclamo ha sido validado sus beneficios, en caso de que la administración lo determine se realizará la respectiva devolución del dinero.

5.3.4. Estrategias de Promoción

En lo que respecta a la promoción, se considera la aplicación de estrategias “Pull” orientadas a la captación de los clientes. En este caso, se proceden a detallar las acciones promocionales y herramientas publicitarias que se utilizarán para dar a conocer a la empresa, cabe destacar que las estrategias se diseñarán con base a las características diferenciales del servicio y el target de la empresa “Princess & Daddy Park”.

5.3.4.1. Venta personal

Considerando que la empresa “Princess & Daddy Park” desarrollará sus actividades en el sector de los servicios, la comercialización se realizará directamente en el establecimiento, razón por la cual no se realizarán actividades de venta personal. Sin embargo, por tratarse de un producto intangible, la imagen del personal encargado de las ventas y facturación dentro del local, incidirá en la percepción de

los clientes y consecuentemente en la imagen general de la empresa en el mercado. Por lo tanto, el personal deberá ajustarse a las políticas internas de la empresa con respecto al servicio, así como también se les proporcionará el respectivo uniforme que deberán usar dentro del establecimiento.

5.3.4.2. Publicidad

En lo que respecta a la publicidad, se aplicarán estrategias competitivas y promocionales, a través de las cuales se buscará dar a conocer el servicio que ofrecerá la empresa “Princess & Daddy Park” y destacar el factor diferenciador que posee la empresa frente a su competencia directa e indirecta. La aplicación de este tipo de estrategias le permitirá a la empresa lograr una rápida captación de mercado desatendido por la competencia y clientes insatisfechos con los servicios que ofrecen otras empresas que actualmente operan en el mercado.

5.3.4.3. Elaboración de diseño y propuesta publicitaria: concepto, mensaje

El tipo de mensaje que la empresa “Princess & Daddy Park” pretende comunicar a través del uso de herramientas publicitarias, será de carácter emocional; es decir, se busca apelar a los sentimientos de los padres de familia y sus hijas, que desean compartir tiempo de calidad y fortalecer sus vínculos familiares mientras se divierten y aprenden en un centro de esparcimiento especializado. Para realizar la promoción de las tres categorías de servicio: bailoterapia, gabinete y supermercado; se destacará el enfoque de entretenimiento y aprendizaje, considerando que se busca contribuir con el aprendizaje de los niños a través del asesoramiento que proporcionarán los instructores y especialistas encargados de cada área.

Es importante destacar que para la elaboración del material publicitario, se hará uso del isologo que se presenta a continuación, el mismo que formará parte de línea gráfica de la empresa.



Gráfico 19. Isologo

5.3.4.4. Estrategias ATL y BTL

En cuanto a los medios publicitarios ATL y BTL que se utilizarán para dar a conocer a la empresa “Princess & Daddy Park” en el mercado de padres e hijas de la ciudad de Guayaquil, se seleccionan los siguientes:

ATL

En el caso de los medios de comunicación ATL, se realizarán tres anuncios f/c de cuarto de página vertical derecha (una pauta mensual) en La Revista de diario El Universo, puesto que se ha establecido como el diario de mayor circulación en la

ciudad de Guayaquil y por lo tanto proporcionará el alcance deseado; según datos demográficos y de lectoría, este medio impreso genera un alcance de 466.728 personas los domingos en Guayaquil y Quito, de las cuales el 48% son de género masculino (Diario El Universo, 2017). Considerando que el servicio se enfoca a un segmento específico, no se utilizarán otros medios masivos como televisión o radio.



Gráfico 20. Revista

BTL

Adicional a los medios de comunicación ATL, se hará uso de publicidad BTL, lo que permitirá a la empresa generar un mayor alcance del target group seleccionado. En este caso se utilizarán los siguientes medios:

- Flyers.

- Roll up.



Solo en Princess & Daddy Park la princesa de papá aprenderá jugando

- Un sitio ideal para desarrollar las habilidades lúdicas de niñas de 5 a 12 años de edad.
- Afianza los lazos de unión entre padres e hijas mediante juegos y actividades compartidas.
- Instalaciones seguras.
- Reforzamiento de conocimientos básicos mediante los juegos realizados
- Todo, bajo la asesoría de instructoras especializadas para llevar a cabo actividades recreativas como:

Supermercado



Gabinete de belleza



Bailoterapia





Princess & Daddy Park



@princess&daddypark

Av Benjamín Carrión Mora, C.C. Riocentro Sur segunda planta Guayaquil-Ecuador
 Telefonos: 0564-842 - 0985411441 - Sitio web www.princess&daddypark.com

Gráfico 21. Flyer



Gráfico 22. Roll Up

5.3.4.5. Plan de Medios

Con base a los medios seleccionados, se establece el siguiente plan de medios:

Tabla 20

Plan de medios

| MEDIO | FRANJA HORARIA /PÁGINA | Tamaño Unitario | 1ER TRIMESTRE | | | 3DO TRIMESTRE | | | 3ER TRIMESTRE | | | 4TO TRIMESTRE | | | TOTAL | VALOR UNITARIO | VALOR MENSUAL | VALOR TOTAL |
|-------------------|-----------------------------------|------------------------------------|---------------|-------|-------|---------------|------|-------|---------------|-------|-------|---------------|------|------|----------------------|----------------|--------------------|-------------|
| | | | Enero | Febr. | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agos. | Sept. | Oct. | Nov. | Dic. | | | | |
| ATL | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revista | La Revista de diario El Universo | 1/4 de página vertical derecha F/C | | | | | | | | | | | | | 3 | \$ 1,200.00 | \$ 1,200.00 | \$ 3,600.00 |
| BTL | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Flyers | 500 unidades por mes | | | | | | | | | | | | | | 1500 unidades | \$ 0.06 | \$ 30.00 | \$ 90.00 |
| Roll up | Establecimiento | 85x200 | | | | | | | | | | | | | 3 diseños diferentes | \$ 40.00 | \$ 40.00 | \$ 120.00 |
| OTL | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Banners digitales | El Universo.com | Formato fijo | | | | | | | | | | | | | 6 meses | \$ 150.00 | \$ 150.00 | \$ 900.00 |
| Página web | Propia | | | | | | | | | | | | | | 12 meses | \$ 100.00 | \$ 100.00 | \$ 1,200.00 |
| Facebook | 11 - 45 me gusta por día | | | | | | | | | | | | | | 30 días | \$ 5.00 | \$ 150.00 | \$ 1,800.00 |
| Instagram | Alcance estimado 39,764 - 104,833 | | | | | | | | | | | | | | 30 días | \$ 5.00 | \$ 150.00 | \$ 1,800.00 |
| TOTAL | | | | | | | | | | | | | | | | | \$ 9,510.00 | |

5.3.4.6. Marketing Relacional

Tomando en consideración que el marketing relacional consiste en satisfacer completamente las necesidades de los clientes para que se genere una relación a largo plazo con la empresa, al ser un modelo de negocio nuevo en el mercado, se aplicará esta medida conforme pase el tiempo, con el objetivo de asegurar que el segmento objetivo se mantenga fiel a la empresa, es decir a los padres e hijas, dado a como se mencionó anteriormente, podrán asistir cuantas veces deseen al establecimiento. Por lo tanto, como estrategias de marketing relacional, se considerarán aspectos tales como los que se detallan a continuación:

- Edad de las niñas a la hora de hacer la transición de los juegos y actividades generales que se realicen, con el objetivo de enseñarles conforme a su edad a desarrollar y conocer más sobre el juego o actividad llevada a cabo.
- Se informará a los padres sobre el desarrollo o eventualidad que se dé con sus hijas dentro del establecimiento.
- Se informará a los padres sobre eventos especiales que se realicen a fin de hacerlos mucho más partícipes de las actividades con sus hijas.

Cabe mencionar que conforme pase el tiempo se considerarán otras acciones, a fin de generar la completa satisfacción de los padres quienes son los que pagarán por el servicio ofrecido en todas las actividades a realizarse en Princess & Daddy Park dentro del mercado guayaquileño.

5.3.4.7. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

Para Princess & Daddy Park se dispondrá de una página web y redes sociales, a través de la cual los padres de familia podrán informarse sobre los servicios y

actividades que se ofrecen en el mismo. Además, a través de la página web se difundirá y actualizará información relevante de contexto familia, salud, nutrición, a fin de hacer mucho más dinámico este sitio web direccionado a padres de familia principalmente, dado a que serán ellos quienes tienen el poder adquisitivo para el servicio.



Gráfico 23. Página web



Gráfico 24. Facebook



Gráfico 25. Instagram

5.3.4.7.1. Estrategias de E-Comerce

Tomando en consideración al tipo de negocio al que pertenece Princess & Daddy Park, al inicio de las actividades de este negocio a través de la página web no se desarrollarán estrategias comerciales, sin embargo, dado a que además se contará con redes sociales a través de las cuales conforme pase el tiempo se planificarán estrategias con el objetivo de darle mayor notoriedad y ganar seguidores que podrán convertirse en clientes objetivos.

Se pactarán además banners digitales en páginas específicas, a través de los cuales también se mostrará una breve información del negocio para que los usuarios interesados puedan acceder a través de estos canales a la página, en la cual también se detallará información adicional de Princess & Daddy Park, como la dirección, información de contacto y demás contenido de interés para los usuarios digitales.

5.3.4.7.2. Análisis de la Promoción Digital de los Competidores Web y Redes Sociales

Se procede a tomar en consideración a los competidores con mayor relación al segmento objetivo y actividades que se ofrecerán en Princess & Daddy Park:

- **Chiki Place:** A través del sitio web de esta empresa es posible evidenciar la variedad de servicios que se ofrecen, entre los que desatacan los juegos libres, Chiski Baby, Fiestas de cumpleaños, entre otras. Se muestra información de los establecimientos a disposición y no se encuentra vinculada la página a redes sociales.
- **Acuarelas de sueño:** Son modelos de negocios tipo islas que se encuentran instaurados en centros comerciales, cuentan con redes sociales en las que se mencionan las actividades que se ofrecen a niños de entre 3 a 12 años de edad.
- **Safari Park:** Son un conjunto de juegos mecánicos promocionados por la alcaldía de Guayaquil, actualmente no poseen redes sociales o sitio web propio, dado a que la promoción de esta lugar debido a su ubicación (dentro del malecón), está a cargo de la alcaldía a través de otro tipo de medios.

- **Play Park:** Es un centro de diversiones que no cuenta con sitio web oficial, sin embargo las gestiones promocionales digitales se desarrollan a través de las redes sociales tales como Facebook e Instagram.
- **La granja móvil:** Este modelo de negocio actualmente gestione sus promociones publicitarias a través de las redes sociales tales como Facebook e Instagram, no cuenta con sitio web oficial ni promociones desarrollados a través de los medios digitales.
- **Play Zone:** Entre los centros de recreación de mayor reconocimiento de la ciudad y el país, cuenta con sitio web oficial y redes sociales, a través de los cuales se comunican promociones especiales, se realizan fiestas de cumpleaños, y todas las actividades que se ejecutan en este centro de recreación, que cuentan con diversos juegos mecánicos para el público infantil.

5.3.4.8. Cronograma de Actividades de Promoción

El cronograma de las actividades de promoción se detalla de la siguiente manera:

Tabla 21

Cronograma de actividades de promoción

| Actividades de promoción | Meses | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|---------------|---|---|---------------|---|---|---------------|---|---|---------------|----|----|
| | 1er trimestre | | | 2do trimestre | | | 3er trimestre | | | 4to trimestre | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Banners | | | | | | | | | | | | |
| Flyers | | | | | | | | | | | | |
| Roll ups | | | | | | | | | | | | |
| Mantenimiento de la página web | | | | | | | | | | | | |
| Publicidad en redes sociales | | | | | | | | | | | | |
| Revistas | | | | | | | | | | | | |

Como se observa en la tabla presentada del cronograma, las actividades se realizarán según los meses establecidos. Por ejemplo, el mantenimiento de la página web se realizará durante los doce meses del año, dado a que se actualizará el

contenido de la misma, de igual manera se mantendrá visible el Roll Up, en los exteriores del establecimiento con el objetivo de atraer e informar. En cuanto a la publicidad por redes sociales, estas se realizarán al inicio y final de cada semestre, mientras que la pauta publicitarias en revistas se efectuarán los primeros de cada semestre.

5.3.5. Presupuesto de Marketing

Debido a que se requerirán efectuar varias actividades promocionales para Princess & Daddy Park, estas requerirán de una inversión mensual estimada de \$1.820,00, y anual de \$9.510,00 dólares. A continuación se presenta la tabla donde se detalla específicamente bajo que conceptos se efectuará la inversión para la gestión de marketing del modelo de negocios desarrollado:

Tabla 22

Presupuestos de Marketing

| DETALLE GASTOS DE MARKETING | | |
|------------------------------------|----------------------|--------------------|
| CONCEPTO | PROM. MENSUAL | ANUAL |
| Banners | \$150 | \$900 |
| Flyers | \$30 | \$90 |
| Roll ups | \$40 | \$120 |
| Mantenimiento Pag.web | \$100 | \$1.200 |
| Publicidad Redes sociales | \$300 | \$3.600 |
| Revistas | \$1.200 | \$3.600 |
| TOTAL | \$ 1.820,00 | \$ 9.510,00 |

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

6.1. Producción

Con el propósito de garantizar, el adecuado desarrollo de los procesos en el centro de diversiones “Princess & Daddy Park”, será necesario diseñar el respectivo plan de producción, en el cual se detallarán aspectos relacionados al flujograma de proceso, la infraestructura requerida, la capacidad instalada y la mano de obra; aspectos que se consideran esenciales para la prestación del servicio.

6.1.1. Proceso Productivo

Las actividades relacionadas a la prestación del servicio en las áreas de bailoterapia, gabinete y supermercado, se desarrollarán con base al siguiente proceso productivo:

Procesos de venta

- Los clientes podrán solicitar información del servicio a través de las redes sociales, por vía telefónica o de manera presencial en el local.
- Los clientes interesados en el servicio deberán realizar la cancelación al ingresar al establecimiento, en el área de recepción.
- Una vez cancelada la admisión, el padre de familia deberá indicar en recepción el tiempo que utilizará en cada área y podrá acceder al área seleccionada.

Procesos de servicios

- Al ingresar al establecimiento los clientes recibirán la bienvenida e información por parte de la recepcionista.

- Una vez que el cliente haya cancelado la admisión, podrá acceder a las áreas de servicio (bailoterapia, gabinete y supermercado).
- Al ingreso a cada una de las áreas se le entregará los materiales necesarios para la ejecución de las actividades.
- La profesional encargada de cada área deberá proporcionar las instrucciones de juego y/o actividades recreativas que se realizarán en el área correspondiente.
- Los padres e hijas podrán integrarse en el desarrollo de las actividades de entretenimiento disponibles en cada área.
- Se notificará al cliente una vez culminado el tiempo de acceso a cada área, según la distribución de minutos que haya indicado en recepción.
- Al salir de cada área los padres e hijas deberán entregar los materiales al instructor.
- Una vez se hayan completado las tres áreas de servicio, se le notificará al cliente la culminación de su tiempo de acceso.

6.1.2. Flujogramas de procesos

Con base a los procesos previamente definidos, se procederá a graficar el respectivo flujograma, tanto del proceso de ventas, como del proceso de servicio:

Flujograma del proceso de venta

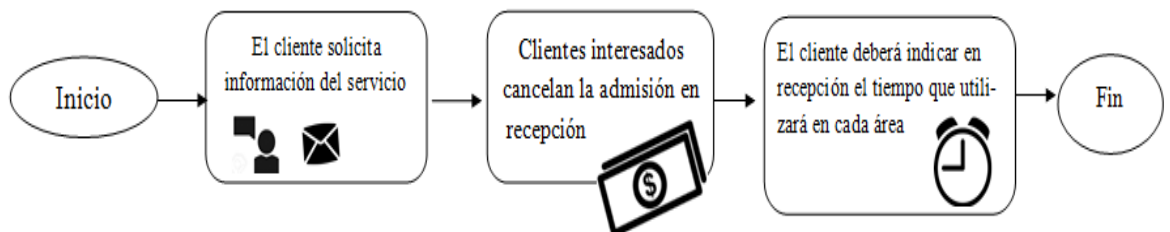


Gráfico 26. Flujo grama del proceso de venta

Flujograma del proceso de servicio

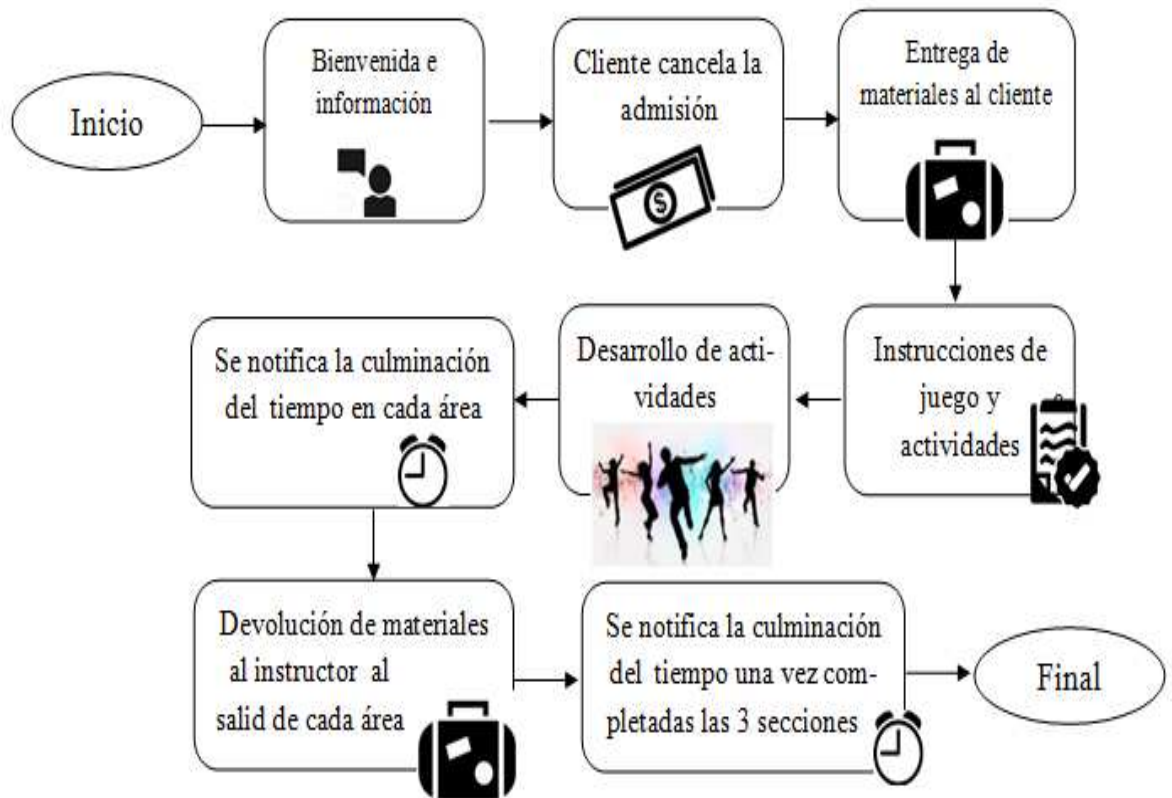


Gráfico 27. Flujograma del proceso de servicio

6.1.3. Infraestructura

En lo que respecta a la infraestructura del establecimiento, la empresa “Princess & Daddy Park” deberá invertir en las adecuaciones de pisos y colocar las divisiones correspondientes a cada área de servicio, considerando que para la ejecución de las actividades de la empresa, se alquilará un local en el Centro Comercial Riocentro Sur de la ciudad de Guayaquil. Adicionalmente se deberá invertir en la adquisición de los siguientes muebles y materiales, para el equipamiento de las diferentes áreas:

Tabla 23

Equipos operativos

| Inversion Fija | | | |
|--------------------------------|-----------------|------------------------|------------------|
| Maquinarias | Cantidad | Precio Unitario | Total |
| Maquina Registradora | 1 | \$ 400.00 | \$ 400.00 |
| Frigorifico Doble Puerta | 1 | \$ 800.00 | \$ 800.00 |
| Total Maquinarias | | | \$ 1,200 |
| Muebles y equipos | Cantidad | Precio Unitario | Total |
| Archivador | 1 | \$ 200 | \$ 200 |
| Computadoras de escritorio | 1 | \$ 450 | \$ 450 |
| Impresora | 1 | \$ 300 | \$ 300 |
| Coquetas para peinar | 5 | \$ 250 | \$ 1,250 |
| Lonas para bailoterapia | 300 | \$ 20 | \$ 6,000 |
| Espejo grande | 1 | \$ 2,500 | \$ 2,500 |
| Cepillo para cabello | 50 | \$ 10 | \$ 500 |
| Juego de Lasos | 200 | \$ 5 | \$ 1,000 |
| Juego de Moños | 200 | \$ 10 | \$ 2,000 |
| Juego de Vinchas | 200 | \$ 20 | \$ 4,000 |
| Cremas de Cabello | 150 | \$ 30 | \$ 4,500 |
| Spray de Cabello | 150 | \$ 35 | \$ 5,250 |
| Disfraces de cocina | 100 | \$ 40 | \$ 4,000 |
| Muebles de Cocina | 5 | \$ 100 | \$ 500 |
| Sillas de espera | 1 | \$ 120 | \$ 120 |
| Escritorio gerencial | 1 | \$ 400 | \$ 400 |
| Sillas de escritorio | 1 | \$ 80 | \$ 80 |
| Telefono | 1 | \$ 90 | \$ 90 |
| Total Muebles y equipos | | | \$ 33,140 |

6.1.4. Mano de Obra

Para garantizar la calidad del servicio, la empresa “Princess & Daddy Park” contará con profesionales especializados, quienes proporcionarán asesoría a los padres e hijas que acudan a las diferentes áreas de servicio del centro de diversiones; además del personal del área administrativa que se encargará de gestionar el

cumplimiento de las políticas establecidas por la empresa. En este caso, se incluye personal en las siguientes áreas:

- Gerente General Administrativo.
- Instructora de baile.
- Instructora de belleza.
- Instructora de alimentación.
- Recepcionista.

6.1.5. Capacidad Instalada

Con base a las dimensiones espaciales del establecimiento y la capacidad operativa del personal que proporcionará asistencia a los padres que asistan con sus hijas al centro de diversiones “Princess & Daddy Park”, se determina una capacidad máxima de 60 personas en el establecimiento; es decir, en cada área de servicio (bailoterapia, gabinete, supermercado) podrán ingresar un máximo de 10 niñas con sus respectivos padres en cada área a la vez. Para garantizar el acceso a todas las áreas, una vez contratado el servicio, el padre de familia deberá seleccionar el tiempo que ocupará en cada área, con el propósito de lograr la rotación en las áreas de bailoterapia, gabinete y supermercado.

6.1.6. Presupuesto

El presupuesto requerido para los procesos productivos se detalla en la inversión inicial del proyecto, la misma que se incluirá en el capítulo correspondiente al estudio financiero. De manera en particular, se detallará el presupuesto requerido para los trabajos de infraestructura, en muebles y equipos, materiales y personal que proporcionará asistencia en las diferentes áreas de servicio.

6.2. Gestión de Calidad

Considerando la característica de servicio que se pretende implementar, resulta imperativo establecer un plan de gestión de calidad, a través del cual la empresa “Princess & Daddy Park” garantice la calidad y seguridad de acceder a sus servicios de entretenimiento para padres e hijas. Por lo tanto, a continuación se procede a describir las políticas de calidad y los procesos de control que se realizarán en las diferentes áreas del establecimiento.

5.3.6. Políticas de calidad

El propósito de la implementación de políticas de calidad se basa en mantener un alto nivel de satisfacción del cliente, a través de la garantía y mejoras continuas en el servicio de entretenimiento que ofrece la empresa “Princess & Daddy Park” y minimizar los riesgos y costos asociados al proporcionar servicios técnicos profesionales que fomenten el entorno más seguro posible para los usuarios. Además, de garantizar el uso de herramientas de calidad, personal especializado y una serie de políticas de gestión de calidad integral que se detalla a continuación:

- Los juguetes que se adquieran para el centro de diversiones “Princess & Daddy Park” y se pongan a disposición del área de supermercado y gabinete, cumplirán con las disposiciones de seguridad y las regulaciones locales e internacionales.
- Se adquirirán únicamente material didáctico y juguetes cuyas indicaciones se ajusten al grupo de edad hacia el cual está direccionado el servicio de la empresa “Princess & Daddy Park”.

- Proporciona educación, capacitación y contribuir con el desarrollo de liderazgo del personal de las diferentes áreas de servicio de la empresa “Princess & Daddy Park” (bailoterapia, gabinete, supermercado).
- Promover prácticas que garantice la excelencia y la rentabilidad en las diferentes áreas de servicio.
- Mejorar la experiencia del usuario, proporcionando el cuidado adecuado y supervisión de las niñas que realicen las diferentes actividades en las áreas de bailoterapia, gabinete, supermercado.
- No saturar la capacidad de padres e hijas que pueden ingresar a la vez en cada área de servicio.

5.3.7. Procesos de control de calidad

La empresa “Princess & Daddy Park” estará comprometida a ofrecer a sus clientes un servicio de alta calidad, por lo tanto deberá mejorar de forma continua los procesos y servicios, satisfaciendo las necesidades de los clientes en todo momento. Por lo tanto, la implementación y el cumplimiento del proceso de control de calidad será responsabilidad de todos los miembros del personal y el personal administrativo. En este caso, se establece el siguiente proceso de control:

- Monitorear y revisar continuamente el servicio y procesos en las áreas de bailoterapia, gabinete y supermercado, identificando posibles errores e implementando las acciones necesarias para eliminarlos.
- Realizar reuniones mensuales administrativas y de personal para revisar los informes y resultados del monitoreo realizado, para la toma de decisiones.

- Identificar las necesidades y requerimientos de los clientes a través de la utilización de un buzón de sugerencias, con el propósito de obtener información que contribuya a alcanzar una mejora continua.
- Se realizarán capacitaciones al personal de forma trimestral, para mantener un estándar de excelencia en la prestación del servicio y el funcionamiento de la empresa.
- Asegurar el cumplimiento de todas las políticas y procedimientos de la empresa “Princess & Daddy Park”.
- Supervisar y revisar continuamente la política de calidad para garantizar su eficacia y ajustar los lineamientos establecidos a las cambiantes necesidades de los clientes.
- Evaluación continua de las diferentes áreas de la empresa “Princess & Daddy Park” para asegurar que la calidad del servicio que se proporciona completa y consistentemente cumpla con las expectativas de los clientes y con todos los requisitos legislativos actuales e inminentes.

5.3.8. Presupuesto

En este caso, los procesos de gestión de calidad formarán parte de las actividades de la administración de la empresa “Princess & Daddy Park”, así mismo, las políticas de calidad deberán ser asumidas y aplicadas por todo el personal de la empresa. Por lo tanto, no se ha destinado recursos adicionales para la gestión de calidad; sin embargo, posterior al primer año de actividades, se evaluará la necesidad de destinar financiamiento para los procesos de control de calidad en caso de ser necesario.

6.3. Gestión Ambiental

La gestión ambiental para el presente proyecto, surge como medida relacionada más a la responsabilidad social que el modelo de negocio Princess & Daddy Park considerará durante su existencia en el mercado. Por este motivo, se determina la aplicación de ciertos recursos con el fin de hacer partícipes a todos quienes formen parte del negocio, a generar un comportamiento de responsabilidad en el uso de los recursos de la empresa, entre esos recursos a considerar destacan:

- Ubicación de señaléticas en lugares estratégicos del lugar, como al ingreso del local, los baños, y otras áreas, informando a las niñas, padres, y todo aquel que ingrese al establecimiento sobre la importancia de cuidar de los recursos naturales como el agua.
- Incentivar una perspectiva de cambio entre las colaboradas del negocio, a fin de establecer una cultura de optimización también de los recursos, como la papelería, ubicación de los desechos en lugares estratégicos.

6.3.1. Políticas de protección ambiental

Cabe mencionar además, que se definirán políticas de protección ambiental durante las gestiones de apertura de Princess & Daddy Park, se tomarán consideración aspectos tales a:

- Evitar el uso de papelería en lo posible.
- Hacer uso de materiales reciclados en caso de requerirse.
- Verificar que no existan fugas de agua, y optimizar su uso.
- Ubicar depósitos de basura clasificatoria.

Conforme se desarrolle la empresa en el mercado, considerando lo que trae consigo el crecimiento de Princess & Daddy Park, se irán considerando opciones alternativas en pro del cuidado del medio ambiente, y la difusión de la importancia

de mantener el respeto a la naturaleza, como parte de una las variables que abarca la responsabilidad social empresarial en los actuales momentos.

6.3.2. Procesos de control ambiental

A nivel administrativo se controlaran los aspectos detallados en las políticas de protección ambiental, garantizando que estos se cumplan a cabalidad. Cabe mencionar además, que el área administrativa y de recepción, emplearan materiales reciclados como el papel, al momento de requerirse, todos estos procesos como parte de la responsabilidad social empresarial de Macías S.A. y Princess & Daddy Park.

6.3.3. Presupuesto

Es este apartado, es importante acotar, que no se definirá por el momento el presupuesto de Gestión de Protección ambiental, dado a las alternativas a considerarse de responsabilidad social serán iniciativa de la empresa, que consistirán más que nada, en la optimización de los recursos como el agua, uso de insumos en menor escala como la papelería, ubicación de los desechos en los lugares indicados, y difusión a las niñas que acudan al centro de juegos y recreación sobre la importancia de cuidar el medio ambiente.

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

Como parte de la responsabilidad social, se determina la consideración de políticas específicas, centradas a varios factores, los mismos que se detallan en el siguiente apartado:

6.4.1. Políticas de protección social

- Contribuir con un espacio en el que además de darle importancia a la diversión a través de juegos, se toma en consideración la importancia del aprendizaje que otorgarán las instructoras de cada actividad.

- Todas las colaboradoras trabajarán en condiciones idóneas y respetando sus derechos como empleados de la empresa.
- Se inculcarán valores dentro del centro recreativo, con el fin de generar una cultura que pueda expandirse hacia otras personas.
- Se procurará mantener excelentes relaciones comerciales con proveedores.

6.4.2. Presupuesto

Es este apartado, es importante acotar, que no se definirá por el momento el presupuesto de Gestión de Responsabilidad Social, sin embargo, las políticas a considerar, se plantean según la referencia de otro proyectos desarrollados bajo un contexto similar, buscando de algún u otra manera poder contribuir con la sociedad con el nuevo modelo de negocio a instaurarse en un futuro.

6.5. Estructura Organizacional

La estructura organizacional de Macías S.A. para el modelo de negocio Princess & Daddy Park, se detalla en el siguiente organigrama institucional:

6.5.1. Organigrama

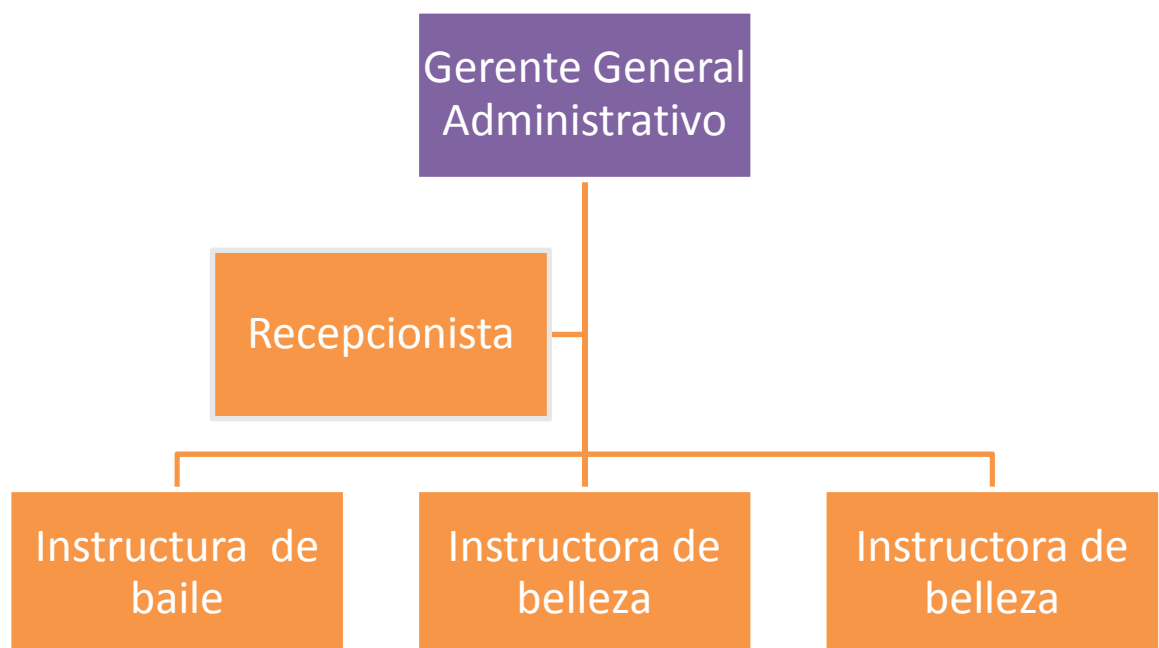


Gráfico 28. Organigrama organizacional

6.5.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Los perfiles que deberán tener las personas que pasaran a formar parte de Princess & Daddy Park, se detallan a continuación:

- **Gerente General Administrativo:**

- Competencias: Experiencia en gestión administrativa, desarrollo de estrategias publicitarias, manejo de sitios web y marketing electrónico, así como deberá disponer de la capacidad de liderar al equipo de trabajo, para la consecución de metas en común.
- Formación académica: Ingeniería en Administración de Empresas, Licenciatura en ciencias de la administración, carreras relacionadas con Ingenierías Comerciales.
- Experiencia laboral: 4 años.
- Edad requerida: 23 a 35 años.
- Género: Femenino.

- **Recepcionista:**

- Competencias: Dado a que será quien tenga el primer encuentro con los padres y sus hijas, deberá tener poder de persuasión, tener claro todo lo que conlleva el servicio ofrecido, los precios establecidos, así como deberá garantizarles a los padres los beneficios del juego de la mano con actividades de aprendizaje que se llevan a cabo dentro de Princess & Daddy Park.

- Formación académica: Estudiante universitaria en carreras afines a Ingenierías Comerciales, y Licenciatura en ciencias de la administración.
 - Experiencia laboral: 3 años.
 - Edad requerida: 20 a 35 años.
 - Género: Femenino.
- **Instructoras:** Debido a que serán tres las instructoras o tutoras para las actividades de bailoterapia, belleza/peluquería, y supermercado, y tomando en consideración que se deberán basar en aspectos claves como, la actividad recreativa a realizar con las niñas, y la formación y enseñanza a través del juego, se detalla a continuación de manera general las competencias y perfil general de las instructoras.
 - Competencias: Ser hábiles en cuanto a generar apego con las niñas, saber motivar e integrar al grupo de niñas para realizar la actividad respectiva, tener previos conocimientos sobre la actividad llevada a cabo, a fin de que logren sustentar y motivar a las asistente a querer aprender más de los juegos llevados a cabo.
 - Formación académica: Bachilleres-Estudiantes universitarias.
 - Experiencia laboral: Un años.
 - Edad requerida: Indiferente.
 - Género: Femenino.

6.5.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos

Tabla 24

Manual de funciones

| Cargo | Nivel | Responsabilidades | Derechos |
|---------------------------------------|---------|---|--|
| Gerente General Administrativo | Primero | Se encargará de todas las gestiones administrativas correspondientes, como el diseño, planificación, organización, direccionamiento y control de las actividades tanto operativas, estratégicas y financieras, así como del constante direccionamiento del personal a la consecución de metas diarias. | *Tendrá un sueldo fijo, todos los beneficios que establece actualmente la ley. *Deberá encargarse personalmente de las gestiones respectivas a su cargo. |
| Recepcionista | Segundo | Deberá atender a las personas que ingresan al establecimiento, otorgarles información de lo que abarca el servicio, los precios establecidos, despejar cualquier duda con respecto a las técnicas y rol de cada instructor a los padres. | *Sueldo fijo, todos los beneficios que establece actualmente la ley. *Se encargará de las gestiones de planificación de las actividades según los requerimientos de los clientes, y transmitírselo a las instructoras de cada área. |
| Instructoras | Segundo | Serán las encargadas de varias actividades según el área en el que se desenvuelvan, destacando los siguientes aspectos: *Instrucción de las niñas en cada una de las tareas a realizarse como parte de los juegos, es decir la forma correcta de realizar la actividad dada. *Estarán a cargo de la limpieza y orden del área en el que se desenvuelvan, para futuros turnos con otras niñas. *Estarán encargadas de enseñarle con base a sustentos válidos, la importancia de las actividades que se desarrollan. | *Sueldo fijo, todos los beneficios que establece actualmente la ley. *Deberán estar pendientes de lo indicado desde la recepcionistas, y hacer que la estadía de la niña dentro del local, sea lo más agradable posible. |

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1. Inversión Inicial

En primer lugar, se procede a establecer la inversión que se deberá realizar para la implementación de la empresa “Princess & Daddy Park” y el inicio de las actividades de negocio, correspondiente a un valor total de \$145,816. Por lo tanto, a continuación se detallan los diferentes tipos de inversión, el financiamiento y la respectiva amortización de la deuda.

7.1.1. Tipo de Inversión

7.1.1.1. Fija

Tabla 25

Inversión fija

| Inversión Fija | | | |
|--------------------------------|-----------------|------------------------|------------------|
| Maquinarias | Cantidad | Precio Unitario | Total |
| Maquina Registradora | 1 | \$ 400.00 | \$ 400.00 |
| Frigorifico Doble Puerta | 1 | \$ 800.00 | \$ 800.00 |
| Total Maquinarias | | | \$ 1,200 |
| Muebles y equipos | Cantidad | Precio Unitario | Total |
| Archivador | 1 | \$ 200 | \$ 200 |
| Computadoras de escritorio | 1 | \$ 450 | \$ 450 |
| Impresora | 1 | \$ 300 | \$ 300 |
| Coquetas para peinar | 5 | \$ 250 | \$ 1,250 |
| Lonas para bailoterapia | 300 | \$ 20 | \$ 6,000 |
| Espejo grande | 1 | \$ 2,500 | \$ 2,500 |
| Cepillo para cabello | 50 | \$ 10 | \$ 500 |
| Juego de Lasos | 200 | \$ 5 | \$ 1,000 |
| Juego de Moños | 200 | \$ 10 | \$ 2,000 |
| Juego de Vinchas | 200 | \$ 20 | \$ 4,000 |
| Cremas de Cabello | 150 | \$ 30 | \$ 4,500 |
| Spray de Cabello | 150 | \$ 35 | \$ 5,250 |
| Disfraces de cocina | 100 | \$ 40 | \$ 4,000 |
| Muebles de Cocina | 5 | \$ 100 | \$ 500 |
| Sillas de espera | 1 | \$ 120 | \$ 120 |
| Escritorio gerencial | 1 | \$ 400 | \$ 400 |
| Sillas de escritorio | 1 | \$ 80 | \$ 80 |
| Telefono | 1 | \$ 90 | \$ 90 |
| Total Muebles y equipos | | | \$ 33,140 |
| Total Activos fijos | | | \$ 34,340 |

6.1.1.1.Diferida

Tabla 26

Inversión diferida

| Inversión Diferida | | | |
|---|-----------------|-----------------------|-----------------|
| Gasto | Cantidad | Valor Unitario | Total |
| Alquiler (Centro comercial) | 1 | \$2,500.00 | \$ 2,500 |
| Obra e instalación (adecuación de pisos y divisiones) | 1 | \$1,500.00 | \$ 1,500 |
| Constitución de la compañía | 1 | \$450.00 | \$ 450 |
| Registro de marca (incluye búsqueda fonética) | 1 | \$224.00 | \$ 224 |
| Cursos , Capacitaciones | 1 | \$500.00 | \$ 500 |
| Permisos (municipal, bomberos, tasa habitacional, uso de suelo,) | 1 | \$1,168.00 | \$ 1,168 |
| Seguro (incendio, robo, maquinaria) | 1 | \$650.00 | \$ 650 |
| Total inversión diferida | | | \$ 6,992 |

6.1.1.2.Corriente

Tabla 27

Inversión corriente

| Inversion Corriente - Capital de Trabajo | | | |
|---|-----------------|-----------------------|-------------------|
| Gasto | Cantidad | Valor Unitario | Total |
| Costos fijos | 2 | \$ 5,644 | \$ 11,288 |
| Costos Variables (Producción) | 2 | \$ 46,598 | \$ 93,196 |
| Total Capital del trabajo | | | \$ 104,484 |
| TOTAL INVERSIÓN INICIAL | | | \$ 145,816 |

7.1.2. Financiamiento de la Inversión

Para el financiamiento de la inversión, se considerará una aportación correspondiente al 14% por cada uno de los socios, y el 72% restante se solicitará financiamiento externo, según se muestra a continuación:

Tabla 28

Financiamiento de la inversión

| Financiamiento | | |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|
| Forma | Porcentaje | Monto |
| Prestamo Programa Progresar | 72% | \$ 104,484 |
| Fondos (Accionista 1) | 14% | \$ 20,666 |
| Fondos (Accionista 2) | 14% | \$ 20,666 |
| Total Inversión | 100% | \$ 145,816 |

6.1.1.3. Fuentes de Financiamiento

En lo que respecta a las fuentes de financiamiento externo, correspondiente al 72% del valor inicial, para lo cual se solicitará un crédito a la Corporación Financiera Nacional (CFN), acogiéndose al “Programa Progresar” destinado a financiar el desarrollo e implementación de pequeños y medianos negocios.

6.1.1.4. Tabla de Amortización

Tabla 29

Tabla de amortización

| TABLA DE AMORTIZACION | | | | |
|------------------------|---------------|--------------|-----------|-------------|
| CAPITAL | | 104,483.54 | | |
| TASA DE INTERÉS CFN | | 6.00% | | |
| NÚMERO DE PAGOS | | 60 | | |
| FECHA DE INICIO | | 10-ene-18 | | |
| CUOTA MENSUAL | | 2,019.96 | | |
| INTERESES DEL PRÉSTAMO | | 16,714.03 | | |
| Pago | Capital | Amortización | Interés | Pago |
| 0 | \$ 104,483.54 | - | - | - |
| 1 | \$ 102,986.00 | \$ 1,497.54 | \$ 522.42 | \$ 2,019.96 |
| 2 | \$ 101,480.97 | \$ 1,505.03 | \$ 514.93 | \$ 2,019.96 |
| 3 | \$ 99,968.41 | \$ 1,512.55 | \$ 507.40 | \$ 2,019.96 |
| 4 | \$ 98,448.29 | \$ 1,520.12 | \$ 499.84 | \$ 2,019.96 |
| 5 | \$ 96,920.58 | \$ 1,527.72 | \$ 492.24 | \$ 2,019.96 |
| 6 | \$ 95,385.22 | \$ 1,535.36 | \$ 484.60 | \$ 2,019.96 |
| 7 | \$ 93,842.19 | \$ 1,543.03 | \$ 476.93 | \$ 2,019.96 |
| 8 | \$ 92,291.44 | \$ 1,550.75 | \$ 469.21 | \$ 2,019.96 |
| 9 | \$ 90,732.94 | \$ 1,558.50 | \$ 461.46 | \$ 2,019.96 |
| 10 | \$ 89,166.64 | \$ 1,566.29 | \$ 453.66 | \$ 2,019.96 |
| 11 | \$ 87,592.51 | \$ 1,574.13 | \$ 445.83 | \$ 2,019.96 |
| 12 | \$ 86,010.52 | \$ 1,582.00 | \$ 437.96 | \$ 2,019.96 |
| 13 | \$ 84,420.61 | \$ 1,589.91 | \$ 430.05 | \$ 2,019.96 |
| 14 | \$ 82,822.75 | \$ 1,597.86 | \$ 422.10 | \$ 2,019.96 |
| 15 | \$ 81,216.91 | \$ 1,605.85 | \$ 414.11 | \$ 2,019.96 |
| 16 | \$ 79,603.03 | \$ 1,613.87 | \$ 406.08 | \$ 2,019.96 |
| 17 | \$ 77,981.09 | \$ 1,621.94 | \$ 398.02 | \$ 2,019.96 |
| 18 | \$ 76,351.03 | \$ 1,630.05 | \$ 389.91 | \$ 2,019.96 |
| 19 | \$ 74,712.83 | \$ 1,638.20 | \$ 381.76 | \$ 2,019.96 |
| 20 | \$ 73,066.44 | \$ 1,646.40 | \$ 373.56 | \$ 2,019.96 |
| 21 | \$ 71,411.81 | \$ 1,654.63 | \$ 365.33 | \$ 2,019.96 |
| 22 | \$ 69,748.91 | \$ 1,662.90 | \$ 357.06 | \$ 2,019.96 |
| 23 | \$ 68,077.69 | \$ 1,671.21 | \$ 348.74 | \$ 2,019.96 |
| 24 | \$ 66,398.12 | \$ 1,679.57 | \$ 340.39 | \$ 2,019.96 |
| 25 | \$ 64,710.15 | \$ 1,687.97 | \$ 331.99 | \$ 2,019.96 |
| 26 | \$ 63,013.74 | \$ 1,696.41 | \$ 323.55 | \$ 2,019.96 |
| 27 | \$ 61,308.85 | \$ 1,704.89 | \$ 315.07 | \$ 2,019.96 |
| 28 | \$ 59,595.44 | \$ 1,713.42 | \$ 306.54 | \$ 2,019.96 |
| 29 | \$ 57,873.46 | \$ 1,721.98 | \$ 297.98 | \$ 2,019.96 |
| 30 | \$ 56,142.86 | \$ 1,730.59 | \$ 289.37 | \$ 2,019.96 |

| | | | | | | | | |
|----|----|-----------|----|-------------------|----|------------------|----|-------------------|
| 31 | \$ | 54,403.62 | \$ | 1,739.25 | \$ | 280.71 | \$ | 2,019.96 |
| 32 | \$ | 52,655.68 | \$ | 1,747.94 | \$ | 272.02 | \$ | 2,019.96 |
| 33 | \$ | 50,899.00 | \$ | 1,756.68 | \$ | 263.28 | \$ | 2,019.96 |
| 34 | \$ | 49,133.53 | \$ | 1,765.46 | \$ | 254.49 | \$ | 2,019.96 |
| 35 | \$ | 47,359.24 | \$ | 1,774.29 | \$ | 245.67 | \$ | 2,019.96 |
| 36 | \$ | 45,576.08 | \$ | 1,783.16 | \$ | 236.80 | \$ | 2,019.96 |
| 37 | \$ | 43,784.00 | \$ | 1,792.08 | \$ | 227.88 | \$ | 2,019.96 |
| 38 | \$ | 41,982.96 | \$ | 1,801.04 | \$ | 218.92 | \$ | 2,019.96 |
| 39 | \$ | 40,172.91 | \$ | 1,810.04 | \$ | 209.91 | \$ | 2,019.96 |
| 40 | \$ | 38,353.82 | \$ | 1,819.09 | \$ | 200.86 | \$ | 2,019.96 |
| 41 | \$ | 36,525.63 | \$ | 1,828.19 | \$ | 191.77 | \$ | 2,019.96 |
| 42 | \$ | 34,688.30 | \$ | 1,837.33 | \$ | 182.63 | \$ | 2,019.96 |
| 43 | \$ | 32,841.78 | \$ | 1,846.52 | \$ | 173.44 | \$ | 2,019.96 |
| 44 | \$ | 30,986.03 | \$ | 1,855.75 | \$ | 164.21 | \$ | 2,019.96 |
| 45 | \$ | 29,121.00 | \$ | 1,865.03 | \$ | 154.93 | \$ | 2,019.96 |
| 46 | \$ | 27,246.64 | \$ | 1,874.35 | \$ | 145.60 | \$ | 2,019.96 |
| 47 | \$ | 25,362.92 | \$ | 1,883.73 | \$ | 136.23 | \$ | 2,019.96 |
| 48 | \$ | 23,469.77 | \$ | 1,893.14 | \$ | 126.81 | \$ | 2,019.96 |
| 49 | \$ | 21,567.16 | \$ | 1,902.61 | \$ | 117.35 | \$ | 2,019.96 |
| 50 | \$ | 19,655.04 | \$ | 1,912.12 | \$ | 107.84 | \$ | 2,019.96 |
| 51 | \$ | 17,733.35 | \$ | 1,921.68 | \$ | 98.28 | \$ | 2,019.96 |
| 52 | \$ | 15,802.06 | \$ | 1,931.29 | \$ | 88.67 | \$ | 2,019.96 |
| 53 | \$ | 13,861.11 | \$ | 1,940.95 | \$ | 79.01 | \$ | 2,019.96 |
| 54 | \$ | 11,910.46 | \$ | 1,950.65 | \$ | 69.31 | \$ | 2,019.96 |
| 55 | \$ | 9,950.05 | \$ | 1,960.41 | \$ | 59.55 | \$ | 2,019.96 |
| 56 | \$ | 7,979.84 | \$ | 1,970.21 | \$ | 49.75 | \$ | 2,019.96 |
| 57 | \$ | 5,999.78 | \$ | 1,980.06 | \$ | 39.90 | \$ | 2,019.96 |
| 58 | \$ | 4,009.82 | \$ | 1,989.96 | \$ | 30.00 | \$ | 2,019.96 |
| 59 | \$ | 2,009.91 | \$ | 1,999.91 | \$ | 20.05 | \$ | 2,019.96 |
| 60 | \$ | 0.00 | \$ | 2,009.91 | \$ | 10.05 | \$ | 2,019.96 |
| | | | \$ | 104,483.54 | \$ | 16,714.03 | \$ | 121,197.57 |

En cuanto a la amortización de la deuda, se solicitará un financiamiento a cinco años plazo, con una tasa de interés del 6% y cuotas de \$2,019.96 mensuales.

7.1.3. Cronograma de Inversiones

En lo que respecta al cronograma de inversiones, se detalla lo siguiente:

Tabla 30

Cronograma de inversiones

| CRONOGRAMA DE INVERSIÓN | | | | |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|
| Actividades | 1 mes | 2 mes | 3 mes | Total |
| Compra de maquinarias | \$ 1,200 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 1,200 |
| Compra de muebles y equipos | \$ 33,140 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 33,140 |
| Constitucion de la compañía | \$ 0 | \$ 500 | \$ 0 | \$ 500 |
| Certificado del INEN | \$ 0 | \$ 0 | \$ 1,168 | \$ 1,168 |
| Registro de marca | \$ 224 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 224 |
| Permisos municipales | \$ 650 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 650 |
| Deposito capital de trabajo | \$ 104,484 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 104,484 |
| Diseño Pagina web | | | \$ 600 | \$ 600 |
| Total | | | | \$ 145,816 |

7.2. Análisis de Costos

7.2.1. Costos Fijos y Variables

Para llevar a cabo las diferentes actividades de la empresa, será necesario incurrir en los costos fijos y variables que se detallan a continuación, correspondientes a cada una de las áreas de servicio:

Tabla 31

Costos fijos y variables

| COSTO DE SERVICIO BAILOTERAPIA | | | | |
|--------------------------------------|-------------|-------------------|--------|-------------------|
| Gastos | Precio | Cantidad de niños | | Costo unitario |
| LONAS PARA BAILAR | \$ 200.00 | 10 | | \$ 0.05000 |
| INSTRUCTORA | \$ 400.00 | 10 | | \$ 0.02500 |
| TOALLAS | \$ 50.00 | 10 | | \$ 0.20000 |
| Costo de energía | Anual | \$ 1,200.00 | 64,714 | \$ 0.01854 |
| Total Costo Variable | | | | \$ 0.29354 |
| Costo por depreciación de maquinaria | Anual | \$ 1,817.00 | 64,714 | \$ 0.02808 |
| Costo de nómina (Operativos) | Anual | \$ 19,074.60 | 64,714 | \$ 0.29475 |
| Total Costo Fijo | | | | \$ 0.32283 |
| TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN | | | | \$ 0.61637 |
| COSTO DE SERVICIO SUPERMERCADO | | | | |
| Gastos | Precio | Cantidad de niños | | Costo unitario |
| DISFRACES | \$ 800.00 | 10 | | \$ 0.01250 |
| UTENSILIOS | \$ 200.00 | 10 | | \$ 0.05000 |
| NUTRICIONISTA | \$ 400.00 | 10 | | \$ 0.02500 |
| Costo de energía | Anual | \$ 1,200.00 | 64,714 | \$ 0.01854 |
| Total Costo Variable | | | | \$ 0.10604 |
| Costo por depreciación de maquinaria | Anual | \$ 1,817.00 | 64,714 | \$ 0.02808 |
| Costo de nómina (Operativos) | Anual | \$ 23,247.88 | 64,714 | \$ 0.35924 |
| Total Costo Fijo | | | | \$ 0.38732 |
| TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN | | | | \$ 0.49336 |
| COSTO DE SERVICIO GABINETE | | | | |
| Gastos | Precio | Cantidad de niños | | Costo unitario |
| COQUETA | \$ 1,000.00 | 10 | | \$ 0.01000 |
| ACCESORIOS DE BELLEZA | \$ 150.00 | 10 | | \$ 0.06667 |
| JUEGO DE MOÑOZ | \$ 50.00 | 10 | | \$ 0.20000 |
| JUEGO DE VINCHAS | \$ 80.00 | 10 | | \$ 0.12500 |
| INSTRUCTORA | \$ 400.00 | 10 | | \$ 0.02500 |
| Costo de energía | Anual | \$ 1,200.00 | 64,714 | \$ 0.01854 |
| Total Costo Variable | | | | \$ 0.44521 |
| Costo por depreciación de maquinaria | Anual | \$ 1,817.00 | 64,714 | \$ 0.02808 |
| Costo de nómina (Operativos) | Anual | \$ 23,247.88 | 64,714 | \$ 0.35924 |
| Total Costo Fijo | | | | \$ 0.38732 |
| TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN | | | | \$ 0.83253 |

7.3. Capital de Trabajo

7.3.1. Gastos Operativos

Tabla 32

Gastos Operativos

| GASTOS DE SUELDOS | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|-------|--------------------------------|-------------------|-----------------|----------------|---------------|--------------|---------------|-------------|-------------|-------------------|---------------------|--------------------------------------|------------------|
| SUELDOS Y SALARIOS - AÑO 1 | | | | | | | | | | | | | | |
| Area | CANT. | CARGO | SUELDO INDIVIDUAL | SUELDOS TOTALES | DECIMO TERCERO | DECIMO CUARTO | APORTE | | | | Fondos de reserva | TOTAL DE BENEFICIOS | TOTAL DE BENEFICIOS + SUELDO MENSUAL | TOTAL ANUAL |
| | | | | | | | VACACIONES | PATRONAL | SECAP 0,5% | IECE 0,5% | | | | |
| (Gastos operativos) | 1 | Gerente General Administrativo | \$ 600 | \$ 600 | \$ 50 | \$ 31 | \$ 25 | \$ 67 | \$ 3 | \$ 3 | \$ - | \$ 179 | \$ 779 | \$ 9,350 |
| | 1 | Recepcionista | \$ 450 | \$ 450 | \$ 38 | \$ 31 | \$ 19 | \$ 50 | \$ 2 | \$ 2 | \$ - | \$ 142 | \$ 592 | \$ 7,106 |
| | 1 | instructora de baile | \$ 400 | \$ 400 | \$ 33 | \$ 31 | \$ 17 | \$ 45 | \$ 2 | \$ 2 | \$ - | \$ 130 | \$ 530 | \$ 6,358 |
| Operativo | 1 | instructora de belleza | \$ 400 | \$ 400 | \$ 33 | \$ 31 | \$ 17 | \$ 45 | \$ 2 | \$ 2 | \$ - | \$ 130 | \$ 530 | \$ 6,358 |
| (Costo Fijo) | 1 | instructora de alimentación | \$ 400 | \$ 400 | \$ 33 | \$ 31 | \$ 17 | \$ 45 | \$ 2 | \$ 2 | \$ - | \$ 130 | \$ 530 | \$ 6,358 |
| TOTAL | | | \$ 1,450 | \$ 1,450 | \$ 121 | \$ 156 | \$ 60 | \$ 162 | \$ 7 | \$ 7 | \$ - | \$ 451 | \$ 1,901 | \$ 22,814 |

En lo que respecta a los gastos operativos, se considera el valor de sueldos al personal, correspondiente a un total de \$1,450 dólares mensuales, y un valor anual de \$22,814 dólares incluidos beneficios de ley.

7.3.2. Gastos Administrativos

Tabla 33

Gastos Administrativos

| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | |
|---------------------------------------|--------------------|---------------------|
| CONCEPTO | MENSUAL | ANUAL |
| Alquiler | \$ 2,500.00 | \$ 30,000.00 |
| Accesorios para el local | \$ 300.00 | \$ 3,600.00 |
| Suministros del local y adm. | \$ 200.00 | \$ 2,400.00 |
| Limpieza del local y adm. | \$ 100.00 | \$ 1,200.00 |
| Servicios Basicos solo administracion | \$ 230.00 | \$ 2,760.00 |
| Poliza de seguros | \$ 50.00 | \$ 320.00 |
| Varios | \$ 100.00 | \$ 1,200.00 |
| Total | \$ 3,480.00 | \$ 41,480.00 |

Los gastos administrativos en los que incurrirá la empresa “Princess & Daddy Park” para el ejercicio de sus actividades de negocio corresponden a un total de \$3,480 dólares mensuales, e incluyen: gastos de alquiler, accesorios para el local, suministros del local y administrativos, limpieza del local, póliza de seguros, gastos varios y gastos de servicios básicos que se detallan a continuación:

Tabla 34

Detalle de gastos de servicios básicos

| DETALLE DE GASTOS | | |
|-------------------------------------|------------------|--------------------|
| Detalle de Servicios Basicos | | |
| CONCEPTO | MES | ANUAL |
| Agua | \$ 50.00 | \$ 600.00 |
| Luz Administracion | \$ 100.00 | \$ 1,200.00 |
| Telefonia | \$ 20.00 | \$ 240.00 |
| Internet | \$ 60.00 | \$ 720.00 |
| TOTAL | \$ 230.00 | \$ 2,760.00 |

7.3.3. Gastos de Ventas

Tabla 35

Gastos de ventas

| GASTOS DE VENTA | | |
|------------------------|----------------------|--------------------|
| CONCEPTO | TOTAL MENSUAL | TOTAL ANUAL |
| Gastos de Marketing | \$ 1,820.00 | \$ 9,510.00 |
| TOTAL | \$ 1,820.00 | \$ 9,510.00 |

En el caso de los gastos de ventas, se destinará un valor mensual de \$1,820 dólares correspondiente a las actividades de marketing que se detallan a continuación:

Tabla 36

Detalle de gastos de marketing

| DETALLE DE GASTOS | | |
|---------------------------------------|----------------------|--------------------|
| Detalle de gastos de marketing | | |
| CONCEPTO | PROM. MENSUAL | ANUAL |
| Banners | \$150 | \$900 |
| Flyers | \$30 | \$90 |
| Roll ups | \$40 | \$120 |
| Mantenimiento Pag.web | \$100 | \$1,200 |
| Publicidad Redes sociales | \$300 | \$3,600 |
| Revistas | \$1,200 | \$3,600 |
| TOTAL | \$ 1,820.00 | \$ 9,510.00 |

7.4. Análisis de Variables Críticas

7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes

Tabla 37 Determinación del precio

Detalle de gastos de marketing

| Producto | PVP | % contrib | Costo | Mark up |
|--------------------------------------|----------------|------------------|--------------|----------------|
| Servicio de "American Children Park" | \$ 5.00 | 39% | \$ 1.94 | \$ 3.06 |
| PVP Promedio | \$ 5.00 | | | |

Para determinar el precio de acceso al servicio de entretenimiento que ofrecerá la empresa "Princess & Daddy Park", se consideró el costo correspondiente a \$1,94 y un mark up real de \$3,06. En este caso, el margen de ganancia establecido es del 39%, es decir, el precio de venta del servicio será de \$5 por persona.

7.4.2. Proyección de costos e ingresos en función de la proyección de ventas

A continuación, se procede a detallar los costos e ingresos por ventas proyectados a cinco años respectivamente.

Tabla 38

Proyección de costos

| TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES | | | | | |
|--------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| PROYECCION DE COSTOS VARIABLES | | | | | |
| SERVICIO | AÑO 2017 | AÑO 2018 | AÑO 2019 | AÑO 2020 | AÑO 2021 |
| | \$ 47,807.38 | \$ 51,716.59 | \$ 55,945.45 | \$ 61,085.72 | \$ 66,698.27 |
| TOTAL COSTO VARIABLE | \$ 47,807.38 | \$ 51,716.59 | \$ 55,945.45 | \$ 61,085.72 | \$ 66,698.27 |
| PROYECCION DE COSTOS FIJOS | | | | | |
| CONCEPTO | AÑO 2017 | AÑO 2018 | AÑO 2019 | AÑO 2020 | AÑO 2021 |
| Costo por depreciacion de maquinaria | \$ 160.00 | \$ 160.00 | \$ 160.00 | \$ 160.00 | \$ 160.00 |
| Costo de nómina (operativo) | \$ 19,074.60 | \$ 19,433.59 | \$ 19,799.76 | \$ 20,173.26 | \$ 20,554.22 |
| TOTAL COSTO FIJO | \$ 19,234.60 | \$ 19,593.59 | \$ 19,959.76 | \$ 20,333.26 | \$ 20,714.22 |
| TOTAL COSTO DE SERVICIO | \$ 67,041.98 | \$ 71,310.18 | \$ 75,905.21 | \$ 81,418.98 | \$ 87,412.50 |

Tabla 39

Proyección de ventas durante el primer año

| PROYECTADAS A VENDER EN 5 AÑOS | | | | | |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Incremento en ventas proyectado | 2017 | 5% 2018 | 8% 2019 | 10% 2020 | 12% 2021 |
| Canal 1 | 38,828 | 40,770 | 44,031 | 48,434 | 54,246 |
| VENTAS TOTALES EN UNIDADES | 38,828 | 40,770 | 44,031 | 48,434 | 54,246 |

Tabla 40 Proyección de ventas en cinco años

Proyección de ventas en cinco años

| VENTAS EN DÓLARES PROYECTADAS EN 5 AÑOS | | | | | |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| UNIDADES X PRECIOS | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| Ventas proyectadas | \$ 174,726.72 | \$ 192,636.21 | \$ 216,368.99 | \$ 249,906.18 | \$ 291,090.72 |
| VENTAS TOTALES | \$ 174,726.72 | \$ 192,636.21 | \$ 216,368.99 | \$ 249,906.18 | \$ 291,090.72 |

Durante el primer año de actividades se espera vender un total de \$174,726.72 dólares, correspondiente a un total de 38,828 unidades vendidas por servicio.

6.1.2. Análisis de Punto de Equilibrio

En lo que respecta al punto de equilibrio, donde la empresa “Princess & Daddy Park”, no obtendrá pérdidas ni ganancias, será de 22,057 servicios vendidos y ventas de \$110,287.48 según se muestra a continuación:

Tabla 41

Punto de equilibrio

| Datos iniciales | |
|------------------------|----------------------|
| Precio Venta | 5.00 |
| Coste Unitario | 1.94 |
| Gastos Fijos Año | 67,445.90 |
| Q de Pto. Equilibrio | 22,057 |
| \$ Ventas Equilibrio | \$ 110,287.48 |

7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

La empresa “Princess & Daddy Park”, desempeñará sus funciones con base a las normas y controles tributarios y mercantiles vigentes en el Ecuador; así como también se acogerá a las regulaciones del Servicio de Rentas Internas y la Superintendencia de Compañías respectivamente. En lo que respecta a las obligaciones tributarias, la empresa deberá cancelar las utilidades anuales al personal y el 22% correspondiente al Impuesto a la Renta.

7.6. Estados Financieros proyectados

Con base al estudio financiero, se procede a detallar los estados financieros proyectados a cinco años, a partir de la implementación e inicio de actividades de la empresa “Princess & Daddy Park”.

7.6.1. Balance General

Tabla 42

Balance General

| Balance General | | | | | | |
|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | Año 0 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| <i>Activos</i> | | | | | | |
| Disponible | 104,483.54 | 122,148.56 | 147,221.01 | 175,796.77 | 223,649.86 | 295,585.79 |
| Ctas por Cobrar | 0 | 29121.12 | 16053.02 | 18030.75 | 20825.52 | 24257.56 |
| Inventarios | 0 | 3299.39 | 3405.85 | 3787.65 | 4288.83 | 4336.01 |
| Activo Corriente | 104,483.54 | 154,569.07 | 166,679.88 | 197,615.16 | 248,764.20 | 324,179.35 |
| Activos Fijos | 34,340.00 | 34,340.00 | 34,340.00 | 34,340.00 | 34,340.00 | 34,340.00 |
| Dep Acumulada | 0 | 1,817.00 | 3,634.00 | 5,451.00 | 7,268.00 | 9,085.00 |
| Activos Fijos Netos | 34,340.00 | 32,523.00 | 30,706.00 | 28,889.00 | 27,072.00 | 25,255.00 |
| Activo Diferido | 6992 | 6992 | 6992 | 6992 | 6992 | 6992 |
| Total de Activos | 145,815.54 | 194,084.07 | 204,377.88 | 233,496.16 | 282,828.20 | 356,426.35 |
| <i>Pasivos</i> | | | | | | |
| Ctas por Pagar | 0.00 | 6,932.07 | 3,806.24 | 4,155.96 | 4,621.85 | 5,233.41 |
| Impuestos por Pagar | 0.00 | 13,158.09 | 15,566.07 | 21,957.80 | 31,317.50 | 43,059.79 |
| Pasivo Corriente | 0.00 | 20,090.16 | 19,372.31 | 26,113.76 | 35,939.34 | 48,293.20 |
| Deuda LP | 104,483.54 | 86,010.52 | 66,398.12 | 45,576.08 | 23,469.77 | 0.00 |
| Total de Pasivos | 104,483.54 | 106,100.67 | 85,770.43 | 71,689.84 | 59,409.12 | 48,293.20 |
| <i>Patrimonio</i> | | | | | | |
| Capital Social | 41,332.00 | 41,332.00 | 41,332.00 | 41,332.00 | 41,332.00 | 41,332.00 |
| Utilidad del Ejercicio | 0 | 46,651.40 | 30,624.05 | 43,198.88 | 61,612.76 | 84,714.07 |
| Utilidades Retenidas | 0 | 0.00 | 46,651.40 | 77,275.45 | 120,474.32 | 182,087.09 |
| Total de Patrimonio | 41,332.00 | 87,983.40 | 118,607.45 | 161,806.32 | 223,419.09 | 308,133.16 |
| Pasivo más Patrimonio | 145,815.54 | 194,084.07 | 204,377.88 | 233,496.16 | 282,828.20 | 356,426.35 |
| CUADRE → | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |

7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 43

Estado de pérdidas y ganancias

| Estado de Resultado | | | | | |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| % de Repartición Utilidades a Trabajadores | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% |
| % de Impuesto a la Renta | 22% | 22% | 22% | 22% | 22% |
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| Ventas | \$ 174,726.72 | \$ 192,636.21 | \$ 216,368.99 | \$ 249,906.18 | \$ 291,090.72 |
| Costo de Venta | \$ 39,887.84 | \$ 71,310.18 | \$ 75,905.21 | \$ 81,418.98 | \$ 87,412.50 |
| Utilidad Bruta en Venta | \$ 134,838.88 | \$ 121,326.03 | \$ 140,463.78 | \$ 168,487.21 | \$ 203,678.22 |
| Gastos Sueldos y Salarios | \$ 16,455.90 | \$ 16,770.02 | \$ 17,090.42 | \$ 17,417.23 | \$ 17,750.57 |
| Gastos Ventas | \$ 9,510.00 | \$ 9,985.50 | \$ 10,584.63 | \$ 11,325.55 | \$ 12,231.60 |
| Gastos Administrativos | \$ 41,480.00 | \$ 41,936.28 | \$ 42,397.58 | \$ 42,863.95 | \$ 43,335.46 |
| Gastos de Depreciación | \$ 1,817.00 | \$ 1,817.00 | \$ 1,817.00 | \$ 1,817.00 | \$ 1,817.00 |
| Total Gastos operativos | \$ 69,262.90 | \$ 70,508.80 | \$ 71,889.63 | \$ 73,423.73 | \$ 75,134.63 |
| Utilidad Operativa | \$ 65,575.98 | \$ 50,817.23 | \$ 68,574.15 | \$ 95,063.47 | \$ 128,543.60 |
| Gastos Financieros | \$ 5,766.49 | \$ 4,627.12 | \$ 3,417.47 | \$ 2,133.21 | \$ 769.74 |
| Utilidad antes de Impuestos | \$ 59,809.49 | \$ 46,190.12 | \$ 65,156.68 | \$ 92,930.26 | \$ 127,773.86 |
| Repartición Trabajadores | \$ - | \$ 6,928.52 | \$ 9,773.50 | \$ 13,939.54 | \$ 19,166.08 |
| Utilidad antes Imptos Renta | \$ 59,809.49 | \$ 39,261.60 | \$ 55,383.18 | \$ 78,990.72 | \$ 108,607.78 |
| Impto a la Renta | \$ 13,158.09 | \$ 8,637.55 | \$ 12,184.30 | \$ 17,377.96 | \$ 23,893.71 |
| Utilidad Neta | \$ 46,651.40 | \$ 30,624.05 | \$ 43,198.88 | \$ 61,612.76 | \$ 84,714.07 |

En lo que respecta al estado de pérdidas y ganancias, se detallan los ingresos por ventas y costos de ventas, los gastos en los que incurrirá la empresa y la respectiva utilidad neta.

6.1.2.1. Flujo de Caja Proyectado

Tabla 44

Flujo de caja proyectado

| Flujo de Efectivo - EBITDA | | | | | |
|-------------------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Utilidad antes Imptos Renta | \$ 59,809.49 | \$ 46,190.12 | \$ 65,156.68 | \$ 92,930.26 | \$ 127,773.86 |
| (+) Gastos de Depreciación | \$ 1,817.00 | \$ 1,817.00 | \$ 1,817.00 | \$ 1,817.00 | \$ 1,817.00 |
| (-) Inversiones en Activos | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (-) Amortizaciones de Deuda | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (-) Aumento del capital del trabajo | \$ - | \$ 5,224.18 | \$ 8,776.62 | \$ 11,326.02 | \$ 13,897.15 |
| (-) Pagos de Impuestos | \$ - | \$ 13,158.09 | \$ 15,566.07 | \$ 21,957.80 | \$ 31,317.50 |
| Flujo Anual | \$ 61,626.49 | \$ 34,849.03 | \$ 51,407.61 | \$ 72,789.46 | \$ 98,273.36 |
| Flujo Acumulado | \$ 61,626.49 | \$ 96,475.51 | \$ 147,883.13 | \$ 220,672.59 | \$ 318,945.94 |
| Pay Back del flujo | \$ (84,189.05) | \$ (49,340.02) | \$ 2,067.59 | \$ 74,857.05 | \$ 173,130.41 |

7.6.3. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

Tabla 45

Cálculo del TIR y VAN

| CÁLCULO DE TIR Y VAN | | | | | | |
|--|----------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| % de Repartición Utilidades a Trabajadores | | 0% | 15% | 15% | 15% | 15% |
| % de Impuesto a la Renta | | 22% | 22% | 22% | 22% | 22% |
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Flujo de Efectivo | 0 | 61,626 | 34,849 | 51,408 | 72,789 | 98,273 |
| Inversion Inicial | -145,816 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Flujos Netos | -145,816 | 61,626 | 34,849 | 51,408 | 72,789 | 98,273 |
| TMAR | 7.01% | | | | | |
| | -145,816 | | | | | |
| VAN | 109,683 | | | | | |
| TIR | 29.21% | | | | | |

6.1.2.2.VAN

Para garantizar el retorno de la inversión de los accionistas, el Valor Actual Neto (VAN) deberá ser mayor a cero; en este caso, de acuerdo al estudio financiero, el VAN que obtendrá la empresa “Princess & Daddy Park” será de \$109,683 dólares, a partir de lo cual se determinó que el proyecto posee factibilidad financiera.

6.1.2.3.TIR

En cuanto a la Tasa Interna de Retorno (TIR), la empresa obtendrá un TIR de 29,21%, es decir que supera la TMAR establecida por los accionistas, correspondiente al 7,01%, lo que determina la factibilidad económica del proyecto.

6.1.2.4.PAYBACK

De acuerdo al estudio financiero, la empresa “Princess & Daddy Park” obtendrá un retorno de la inversión a partir del tercer año de operaciones (36 meses),

generando a partir de esa fecha utilidades para los socios, correspondiente a \$2,067.59 dólares en el año 2019.

7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

Para llevar a cabo el análisis de escenarios múltiples, se consideró de un 5% a un 10% de análisis sensibilidad, con relación a escenarios positivos, negativos y moderados, según se muestra a continuación:

Tabla 46 Análisis de sensibilidad

Análisis de sensibilidad

| ANALISIS DE SENSIBILIDAD | | | | |
|---------------------------------|-------------------|---------------|----------------|---------------|
| Resumen de escenario | | | | |
| | Valores actuales: | POSITIVO | NEGATIVO | MODERADO |
| Produccion | | 5% | -5% | 0% |
| Celdas de resultado: | | | | |
| TIR | 29% | 56% | 35% | 29% |
| VAN | \$ 109,682.89 | \$ 68,003.85 | \$ 34,603.34 | \$ 109,682.89 |
| Resumen de escenario | | | | |
| | Valores actuales: | POSITIVO | NEGATIVO | MODERADO |
| Precio local | | 10% | -10% | 0% |
| Celdas de resultado: | | | | |
| TIR | 29% | 70% | -14% | 29% |
| VAN | \$ 109,682.89 | \$ 109,262.13 | \$ (22,679.79) | \$ 109,682.89 |
| Resumen de escenario | | | | |
| | Valores actuales: | POSITIVO | NEGATIVO | MODERADO |
| Costo de MPD | | -10% | 10% | 0% |
| Celdas de resultado: | | | | |
| TIR | 29% | 67% | 25% | 29% |
| VAN | \$ 109,682.89 | \$ 103,007.26 | \$ 14,312.52 | \$ 109,682.89 |
| Resumen de escenario | | | | |
| | Valores actuales: | POSITIVO | NEGATIVO | MODERADO |
| MOD | | -10% | 10% | 0% |
| Celdas de resultado: | | | | |
| TIR | 29% | 64% | 29% | 29% |
| VAN | \$ 109,682.89 | \$ 94,142.64 | \$ 21,170.54 | \$ 109,682.89 |
| Resumen de escenario | | | | |
| | Valores actuales: | POSITIVO | NEGATIVO | MODERADO |
| Costo de MP indirecta | | -10% | 10% | 0% |
| Celdas de resultado: | | | | |
| TIR | 29% | 45% | 43% | 29% |
| VAN | \$ 109,682.89 | \$ 49,142.64 | \$ 47,780.11 | \$ 109,682.89 |

| ANALISIS DE SENSIBILIDAD | | | | |
|-------------------------------|-------------------|--------------|--------------|---------------|
| Resumen de escenario | | | | |
| | Valores actuales: | POSITIVO | NEGATIVO | MODERADO |
| Gastos administrativos | | -10% | 10% | 0% |
| Celdas de resultado: | | | | |
| TIR | 29% | 51% | 39% | 29% |
| VAN | \$ 109,682.89 | \$ 61,895.21 | \$ 41,405.94 | \$ 109,682.89 |

| Resumen de escenario | | | | |
|-----------------------------|-------------------|--------------|--------------|---------------|
| | Valores actuales: | POSITIVO | NEGATIVO | MODERADO |
| Gastos De Venta | | -10% | 10% | 0% |
| Celdas de resultado: | | | | |
| TIR | 29% | 52% | 41% | 29% |
| VAN | \$ 109,682.89 | \$ 60,730.65 | \$ 44,912.94 | \$ 109,682.89 |

| Resumen de escenario | | | | |
|-----------------------------|-------------------|--------------|--------------|---------------|
| | Valores actuales: | POSITIVO | NEGATIVO | MODERADO |
| Activos Fijos | | -10% | 10% | 0% |
| Celdas de resultado: | | | | |
| TIR | 29% | 49% | 41% | 29% |
| VAN | \$ 109,682.89 | \$ 54,635.67 | \$ 48,485.50 | \$ 109,682.89 |

| Resumen de escenario | | | | |
|-----------------------------|-------------------|--------------|--------------|---------------|
| | Valores actuales: | POSITIVO | NEGATIVO | MODERADO |
| Tasa de Interés | | -5% | 5% | 0% |
| Celdas de resultado: | | | | |
| TIR | 29% | 47% | 45% | 29% |
| VAN | \$ 109,682.89 | \$ 54,120.26 | \$ 51,436.49 | \$ 109,682.89 |

7.8. Razones Financieras

7.8.1. Liquidez

Tabla 47

Razones de liquidez

| RATIOS DE LIQUIDEZ | | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|--|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Liquidez o Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente | en veces | 7.7 | 8.6 | 7.6 | 6.9 | 6.7 |
| Liquidez Seca o Prueba Ácida = (Activo Corriente - Inventarios) / Pasivo Corriente | en veces | 7.5 | 8.4 | 7.4 | 6.8 | 6.6 |
| Capital de Trabajo | en dinero | 134,479 | 147,308 | 171,501 | 212,825 | 275,886 |
| Riesgo de Ilquidez = 1 - (Activos Corrientes / Activos) | en porcentaje | 20% | 18% | 15% | 12% | 9% |

De acuerdo al análisis de los ratios de liquidez, se identificó que a partir del quinto año de operaciones, por cada dólar de deuda que tenga la empresa “Princess & Daddy Park”, dispondrá de 6 veces el valor para hacer frente a sus obligaciones.

7.8.2. Gestión

Tabla 48

Razones de gestión

| RATIOS DE GESTION (Uso de Activos) | | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Rotación de Activos = Ventas / | en veces | 0.9 | 0.9 | 0.9 | 0.9 | 0.8 |

Los ratios de gestión con relación al uso de activos, permiten identificar que la empresa “Princess & Daddy Park”, durante en el primer año de sus actividades hará uso 9 veces de sus activos para generar sus ventas, mientras que al finalizar el quinto año hará uso 8 veces de sus activos para generar ventas.

7.8.3. Endeudamiento

Tabla 49

Razones de endeudamiento

| RATIOS DE ENDEUDAMIENTO | | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|--|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo | en porcentaje | 55% | 42% | 31% | 21% | 14% |
| Pasivo Corriente / Pasivo | en porcentaje | 19% | 23% | 36% | 60% | 100% |
| Estructura del capital Pasivo / Patrimonio | en veces | 1.2 | 0.7 | 0.4 | 0.3 | 0.2 |
| Cobertura Gastos financieros = Utilidad Operativa / Gastos Financieros | en veces | 11.4 | 11.0 | 20.1 | 44.6 | 167.0 |
| Cobertura 2 = (Flujo de Efectivo + Servicio de Deuda) / Servicio de Deuda | | 3.5 | 2.4 | 3.1 | 4.0 | 5.1 |

Los ratios de endeudamiento, demuestran que la empresa “Princess & Daddy Park” durante el primer año de sus operaciones posee un 55% de deuda con relación a cada dólar de activos; mientras que al finalizar el quinto año de operaciones, se evidenciará una reducción a un 14% de deuda por cada dólar de activos.

7.8.4. Rentabilidad

Tabla 50

Razones de rentabilidad

| RATIOS DE RENTABILIDAD | | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|--|---------------|------|------|------|------|------|
| Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas | en porcentaje | 77% | 63% | 65% | 67% | 70% |
| Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas | en porcentaje | 38% | 26% | 32% | 38% | 44% |
| Margen Neto = Utilidad Neta / Ventas Netas | en porcentaje | 27% | 16% | 20% | 25% | 29% |
| ROA = Utilidad Neta / Activos | en porcentaje | 24% | 15% | 19% | 22% | 24% |
| ROE = Utilidad Neta / Patrimonio | en porcentaje | 53% | 26% | 27% | 28% | 27% |

El análisis de los ratios de rentabilidad, demuestran que la empresa “Princess & Daddy Park” durante el primer año obtendrá un ROA del 24% correspondiente a la eficiencia de los activos, mientras que el ROE en relación a la eficiencia del patrimonio será del 53%.

7.9. Conclusión del estudio financiero

A partir de la evaluación financiera realizada para el presente proyecto, a partir del cual se pretende diseñar un modelo de negocio basado en un centro de diversiones para padres e hijas en la ciudad de Guayaquil, se identificaron los siguientes hallazgos:

- El TIR que obtendrá la empresa “Princess & Daddy Park” será de 29,21%, superior a la TMAR establecida por los accionistas del 7,01%, esto demuestra que al invertir en la implementación del modelo de negocio, los socios obtendrán una tasa superior a la esperada.
- En otro apartado, el VAN de la empresa “Princess & Daddy Park” será de \$109,683 lo que proporcionará ganancias adicionales a los socios por su aporte inicial, por lo cual se determina la factibilidad financiera del proyecto.

- Finalmente, se identificó que el retorno de la inversión necesaria para la puesta en marcha de la empresa “Princess & Daddy Park” se logrará a partir del tercer año de operaciones.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTIGENCIA

8.1. Principales riesgos

Independientemente de la gestión que se ejecutará dentro de Princess & Daddy Park, se identifican ciertos riesgos que deberán tenerse en cuenta, especialmente considerando que será un establecimiento donde se encontrarán menores de edad realizando actividades de diversión. Por ello, se procede a especificar los riesgos identificados previamente, los cuales serán importantes considerarlos para su respectiva mitigación:

- Accidentes infantiles: A pesar de ser un establecimiento de diversión y juegos para niñas, no se despejan las posibilidades de que surjan accidentes dentro del establecimiento. Entre los posibles accidentes se identifican los siguientes:
 - Golpes con cualquiera de los objetos que se implementen en el lugar.
 - Intoxicaciones, especialmente con niñas menores.
 - Enfermedades de carácter viral (gripes, alergias, etc.) debido a la convivencia con otras niñas.
- Accidentes laborales para las colaboradoras: En toda empresa, se identifican riesgos laborales en menor y mayor grado, sin embargo no dejarán de ser accidentes. Considerando esto, será importante que las colaboradoras por su propia cuenta deberán estar pendientes de que las instalaciones del establecimiento estén despejadas de cualquier objeto que incurra a generar el accidente.
- Riesgos estructurales: Probablemente se puedan dar riesgos de carácter estructural del establecimiento generado por fallas internas, o externas que afecten directamente el desarrollo de las actividades que se ejecutan.

8.2. Monitoreo y control del riesgo

Considerando los riesgos a los cuales pueden exponerse tanto el personal, como a las niñas y sus padres de familia, se desarrollarán actividades de monitoreo y control para mitigarlos una vez instaurado Princess & Daddy Park:

- Accidentes infantiles:

Se evaluará la forma en como las colaboradoras ofrecen su ayuda y guían a las niñas en cada de las actividades que se desarrollen. Es necesario mencionar, que durante el proceso de selección se realizarán pruebas emocionales y psicológicas a las colaboradas a requerir. A su vez, los insumos a adquirirse deberán ser seguros y no contar con aditamentos tóxicos o que representen riesgo o peligro para las niñas y las empleadas.

- Accidentes laborales para las colaboradoras: Se desarrollarán reuniones constantes con las colaboradoras, a fin de mantenerlas al tanto siempre, sobre los riesgos a los cuales se enfrentarán durante el desarrollo de las actividades que se lleven a cabo.
- Riesgos estructurales: Se deberá realizar el mantenimiento constante del establecimiento, así como se verificarán los implementos y recursos que se implementen de manera diaria.

Cabe acotar que las medidas correctivas se socializarán con el personal una vez empezadas las actividades.

8.3. Acciones Correctivas

Las acciones correctivas que se considerarán según el tipo de riesgo identificado anteriormente, los cuales se detallan a continuación:

- Accidentes infantiles:

Se tomarán en cuenta todos los aspectos para ubicar estratégica cada juego y recursos para garantizar el que no se originen accidentes. Entre las medidas a considerar destacan:

- Contratación de una empresa que ofrezca un servicio de seguridad en caso de accidentes para las niñas y padres de familia, para lo cual la empresa pagará un monto mínimo.
- Se creará un convenio con el dispensario médico de la UCSG para que provea insumos médicos.
- Accidentes laborales para las colaboradoras: Tomando en consideración que las colaboradoras mantendrán un seguro social, podrán acceder a los permisos respectivos con el objetivo de que puedan hacerse tratar ante cualquier accidente ocurrido.
- Riesgos estructurales: De llegarse a presentar el riesgo de carácter estructural, se contratará además un seguro que cubra el establecimiento y los equipos necesarios que se utilizan.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

Las conclusiones que se definen para el presente proyecto son:

- Con base a los objetivos de la investigación que se plantearon, fue posible evaluar la factibilidad de la creación de un centro de diversión para padres e hijas en la ciudad de Guayaquil, esto a través de un plan operativo en el que se definieron aspectos fundamentales para la instauración de este proyecto en la ciudad de Guayaquil.
- Los resultados de la investigación de mercado permitió determinar que los centros comerciales al ser lugares de mucha concurrencia sería la mejor alternativa para establecer el centro de recreación Princess & Daddy Park.
- Principalmente el segmento objetivo al cual se direccionaría el centro de recreaciones Princess & Daddy Park son los padres de familia de 20 a 44 años de un NSE B y C+ tanto de la ciudad de Guayaquil como de otros lugares cercanos a la urbe.
- Se determinaron varias estrategias de marketing con objetivo de promocionar adecuadamente el centro de recreación dentro del mercado establecido.
- En cuanto al nivel de aceptación de los padres de familia con respecto al proyecto el 100% de los padres encuestados respondieron estar de acuerdo con el proyecto que se propone.
- Sobre el estudio económico, financiero y tributario, la inversión inicial que se requeriría para toda la gestión de implementación del proyecto será de \$145.816, lo cual estará repartido para el alquiler, instauración, pago de servicios, pago de sueldos, permisos, compra de insumos y material publicitario.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

Con el objetivo de complementar la propuesta desarrollada, las recomendaciones que se definen son las que se detallan a continuación:

- Será fundamental que una vez instaurado el centro de recreación Princess & Daddy Park, que se lleven a cabo las actividades con base a lo definido dentro del presente modelo de negocio.
- Se recomienda posteriormente analizar la factibilidad de ampliar los servicios a ofrecerse dentro de Princess & Daddy Park, a fin de diversificar la propuesta de este modelo de servicio en el mercado guayaquileño.
- El proceso promocional se deberá mantener constantemente a través de los medios establecidos, a fin de asegurar la captación de nuevos prospectos de clientes.
- Será recomendable que se lleven a cabo posteriores investigaciones de mercado y de los competidores, a fin de identificar factores que puedan limitar la gestión desarrollado por Princess & Daddy Park, con lo cual se podrán desarrollar a su vez, estrategias para fortalecer la gestión del modelo de negocio en el mercado.
- Será fundamental que los aspectos de seguridad, control y monitoreo de las instalaciones del centro recreativo sean llevados de forma correcta, a fin de garantizar y mantener la seguridad tanto de los clientes, como del personal que laborará dentro del mismo.

CAPÍTULO 11

FUENTES

BIBLIOGRAFÍA

- Angulo, S. (04 de octubre de 2016). FMI ratifica contracción de la economía ecuatoriana del 2,3% en este año. *Economía*, pág. 12.
- Banco Mundial . (2017). *Ecuador: panorama general*. Washington D. C.: Banco Mundial .
- Bernal, C. (2013). *Metodología de la investigación*. México: Perason.
- Bernal, C. (2013). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan, Estado de México: Pearson Educación.
- Bucay, J., & Bucay, D. (2014). *El difícil vínculo entre padres e hijos*. Bogotá: Oceano.
- Carrión, J. (2016). *Las 5 fuerzas de Porter*. Madrid: 50 Minutos.
- Chiky Place. (1 de enero de 2015). *Quiénes somos: Chiky Place*. Obtenido de Página Web de Chiky Place: <http://www.chikyplace.com/>
- Diario El Universo. (2017). *Tarifario 2017*. Guayaquil: Diario El Universo.
- Díaz, V., Oñate, S., & Sandoval, C. (18 de junio de 2017). Padres se involucran más en la crianza de sus hijos y rompen roles de género. *Tendencias: Sociedad*, pág. 05.
- Dvoskin, R. (2014). *Fundamentos de marketing: teoría y experiencia*. Buenos Aires: Granica.
- Elizabeth, B., & Willard, H. (2014). *Terapia ocupacional*. Buenos Aires: Panamericana.
- Fuentes, E., & Coello, X. (2015). *Proyecto de implementación de una cadena de guarderías en la Ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

- García, E. (2015). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. Madrid: Paraninfo.
- Gitman, L. (2015). *Principios de administración financiera*. México D.F.: Pearson.
- Gottret, M., & Lundy, M. (2014). *Gestión de Cadenas Productivas Serie: Metodologías Para El Desarrollo*. Bogotá: Ciat.
- Gutiérrez, J., & Villón, M. (2016). *Proyecto de inversión para la implementación de juegos recreativos inflables en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral - Facultad de Economía y Negocios.
- Harvard Business Essentials. (2014). *Desarrollar la gestión de la creatividad y de la innovación*. Madrid: Deusto.
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (2010). *Población de Guayaquil*. Quito: INEC.
- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (14 de Marzo de 2017). *Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual*. Recuperado el 29 de Junio de 2017, de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *Estadísticas sociales*. Guayaquil: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México D.F.: Pearson.
- Meliá, J., Villalonga, I., & Carnicer, A. (2017). *El emprendimiento en el sistema universitario*. Madrid: Cise.
- Ministerio de deporte . (2016). *Estatuto y reglamento de la Federación Deportiva del Guayas*. Guayaquil: Ministerio de deporte .
- Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información . (2016). *El 82,3% de Mipymes en el Ecuador utilizan Internet*. Quito: Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información .
- Miranda, J. (2014). *Gestión de proyectos*. Bogotá: MM Editores.

- Murcia, H. (2014). *Administración de empresas asociativas de producción agropecuaria*. San José : IICA.
- Murillo, G., & Zapata, A. (2016). *Teorías contemporáneas de la organización y del management*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Pablos, C. (2013). *Los cien errores del emprendimiento*. Madrid: Esic.
- Pérez, R. (2010). *El desarrollo emocional de tu hijo*. Barcelona: Paidós.
- Quicios, B. (2014). *Consecuencias de la falta de comunicación entre padres e hijos*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Revista Líderes . (2017). La diversión y el aprendizaje dan vida a su emprendimiento. *Revista Líderes* , 13.
- Revista Líderes. (1 de Enero de 2015). *La diversión y el aprendizaje dan vida a su emprendimiento*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/diversion-aprendizaje-dan-vida-emprendimiento.html>
- Revista Líderes. (2015). La diversión y el aprendizaje dan vida a su emprendimiento. *Revista Líderes*, 14.
- Riocentro Shopping. (05 de Julio de 2017). *Riocentro Sur*. Recuperado el 05 de Julio de 2017, de Riocentro Sur: <http://www.riocentrosopping.com/sur/entretenimiento>
- Ruan, D. (2016). *Conexión padres e hijos*. Bloomington: Palibrio.
- Sanese, V. (2015). *Padres e hijos: La relación que nos constituye*. México D.F.: Encuentro.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito: SENPLADES.
- Superintendencia de Compañías. (2016). *Ley de Compañías*. Quito: Superintendencia de Compañías.
- Thomsen, M. (2014). *El Plan de Negocios Dinámico*. México D.F.: Parainfo.

Universidad Católica Santiago de Guayaquil-Sistema de Investigación y Desarrollo.
(2012). *Plan estratégico de Desarrollo Institucional*. Guayaquil:
Coordinación de Investigación UCSG.

CAPÍTULO 12

ANEXO

Formato de encuestas

Estado actual

Casado

Padre soltero

Padre divorciado

Edad de su hija

De 5 a 6 años

De 7 a 8 años

De 9 a 10 años

De 11 a 12 años

1) ¿Cuántos días a la semana dedica tiempo a su hija?

Todos los días

De 2 a 3 días a la semana

De 4 a 5 días a la semana

Solo fines de semana

2) ¿Cuenta con alguien que le ayude en el cuidado de su hija en horas laborales? (En caso de responder que sí, pasar a la pregunta 3, de lo contrario pasar a la pregunta 4)

Si

No

3) ¿Quién se queda a cargo de su hija en sus horas laborales?

Un familiar

Asistente doméstica

Guardería

4) ¿En sus tiempos libres realiza alguna actividad en particular con su hija?

(En caso de responder que sí, pasar a la pregunta 5, de lo contrario pasar a la pregunta 6)

Si

No

5) ¿Qué tipo de actividades han realizado anteriormente en su tiempo libre con su hija?

Ir al cine

Visitar centros comerciales

Recorrer sitios turísticos de la urbe

Juegos al aire libre

Realizar juegos en lugares de entretenimiento

Otros

6) ¿Cómo califica su situación económica?

Alta

Media

Media baja

Baja

7) ¿Conoce algún lugar dentro de la ciudad en la que se ofrecen servicios de recreación para usted y su hija? (En caso de responder que sí, pasar a la pregunta 8, de lo contrario pasar a la pregunta 9)

Si

No

8) De los siguientes lugares de recreación infantil que se mencionan a continuación ¿indique a cuales ha asistido o conoce?

Chiki place

Acuarelas de sueño

Animal adventure

Safari park

Play park

Play zone

La granja móvil

Safari zone

Fun zone

Game park

9) En caso de que se implemente un lugar en el cual además de ofrecerse actividades de recreación y juegos, sea posible contribuir con el aprendizaje e interacción mutua con su hija ¿Acudiría a este tipo de lugares recreación?

Si

No

10) Desde su punto de vista y por preferencia ¿Dónde le agradaría encontrar un sitio de recreación y aprendizaje para su hija y usted?

Centro comercial

Establecimiento propio en algún sector de la ciudad

Dentro de una institución educativa

Otros



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

AUTORIZACIÓN DE LA SENESCYT

Yo, **Macías López, Leslie Amanda**, con C.C: # 0926934886 autor/a del trabajo de titulación: **Propuesta para la creación de una empresa de centro de diversiones para padres e hijas en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Desarrollo de Negocios Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **21 de septiembre de 2017**

f. _____

Nombre: **Macías López, Leslie Amanda**

C.C: **0926934886**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

| | | | |
|--|---|---------------------------------------|-----|
| TEMA Y SUBTEMA: | Propuesta para la creación de una empresa de centro de diversiones para padres e hijas en la ciudad de Guayaquil | | |
| AUTOR(ES) | Macías López, Leslie Amanda | | |
| REVISOR(ES)/TUTOR(ES) | Carlos Raúl Carpio Freire | | |
| INSTITUCIÓN: | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil | | |
| FACULTAD: | Especialidades Empresariales | | |
| CARRERA: | Emprendimiento | | |
| TÍTULO OBTENIDO: | Ingeniera en Desarrollo de Negocios Bilingüe | | |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: | 21 de septiembre de 2017 | No. DE PÁGINAS: | 172 |
| ÁREAS TEMÁTICAS: | Emprendimiento, desarrollo de negocios, plan de negocio. | | |
| PALABRAS CLAVES/KEYWORDS: | Centro de diversiones, vínculos familiares entre padres e hijos, emprendimiento, plan de negocios. | | |
| RESUMEN/ABSTRACT: | <p>El presente proyecto se basa en el diseño de una propuesta de negocio para la creación de un centro de diversiones para padres e hijas en la ciudad de Guayaquil. En este caso, se identificó como problemática de estudio la carencia de un centro especializado para dicho segmento de mercado; puesto que a pesar de que en los últimos años se han implementado diversos modelos de negocios enfocados a proporcionar el servicio de entretenimiento para niños, ninguno ofrece actividades de esparcimiento y aprendizaje orientadas para el segmento de niñas y sus padres. Así mismo, con base al análisis de los factores socio-culturales y las tendencias del mercado guayaquileño, se identificó que en la actualidad los padres de familia se muestran más interesados en compartir tiempo de calidad con sus hijos y fortalecer los vínculos familiares. Por lo tanto, para diseñar una propuesta de negocio que se ajuste a las necesidades y requerimientos del segmento objetivo seleccionado, fue necesario llevar a cabo un estudio de mercado, a través de la aplicación de un tipo de investigación exploratoria-descriptiva; mediante la cual se obtuvo información relevante con respecto a las percepciones, opiniones y el nivel de aceptación del mercado meta con respecto al negocio "Princess & Daddy Park". Además, se realizó una auditoría de mercado, a través de la cual se identificaron los factores del macro entorno que podrían incidir en el desarrollo de las actividades de negocio, análisis de la competencia y la definición de las características de la empresa y el servicio que se pretende introducir al mercado. Finalmente, se realizó la respectiva evaluación financiera, de la cual se obtuvo un TIR del 29,21% y un VAN correspondiente a \$109,683 a partir de la cual se determinó la factibilidad de implementación de la empresa.</p> | | |
| ADJUNTO PDF: | <input checked="" type="checkbox"/> SI | <input type="checkbox"/> NO | |
| CONTACTO CON AUTOR/ES: | Teléfono: +593-4-2186061 | E-mail: l.macias93@hotmail.com | |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):: | Nombre: Loor Avila, Beatriz Annabell | | |
| | Teléfono: +593-4-209210 | | |
| | E-mail: beatriz.loor@cu.ucsg.edu.ec | | |
| SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA | | | |
| Nº. DE REGISTRO (en base a datos): | | | |
| Nº. DE CLASIFICACIÓN: | | | |
| DIRECCIÓN URL (tesis en la web): | | | |