

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL PERÚ

**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE UN PARQUE DE DIVERSIONES EN LIMA METROPOLITANA**

Tesis para optar el Título de **Ingeniero Industrial**, que presenta el bachiller:

Gerardo Junior Flores Sempértegui

ASESOR: Atilio Alejandro Antonioli Delucchi

Lima, marzo de 2016

RESUMEN

La presente tesis tiene como fin analizar la viabilidad técnica, económica y financiera de implementar un parque de diversiones de manera permanente en Lima Metropolitana. Esta tesis se divide en 5 capítulos: el estudio estratégico, el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio legal y organizacional y el estudio económico y financiero.

En el estudio estratégico se comprenden los factores políticos, sociales, ambientales, culturales y tecnológicos que influyen en el desarrollo del proyecto. Asimismo, se define la misión, visión y objetivos del proyecto. Además, se realiza el análisis FODA, con el fin de definir la estrategia de diferenciación y los objetivos del proyecto.

En el estudio de mercado se detalla el perfil del consumidor, la segmentación del mercado y se hallan indicadores importantes como la frecuencia de visita (1,3 visitas por año). También, se realiza la proyección de la oferta y la demanda a lo largo de los 20 años de operación del parque de diversiones y se realiza el marketing mix.

En el estudio técnico se determina la localización y el tamaño del terreno, que es de 104,546.16 m². Asimismo, se detalla la infraestructura y los equipos necesarios para el adecuado funcionamiento del parque. Por último, se realiza la distribución de las áreas, la definición de los procesos del proyecto y la dinámica de las operaciones.

En el estudio legal y organizacional se establece el tipo de sociedad, las normas o requisitos legales y la afectación tributaria del proyecto. Asimismo, se define la estructura organizacional del proyecto indicando los perfiles, salarios básicos y requerimientos del personal, que asciende a 116 personas entre personal administrativo y mano de obra directa.

Finalmente, en el estudio económico y financiero del proyecto se detalla la inversión total que asciende a S/. 151'407,250 y se establece la alternativa de financiamiento más adecuada. También, se calcula el costo de oportunidad de capital que es igual a 20.36%. Luego, se definen los presupuestos de ingresos y egresos del proyecto y se desarrollan los estados financieros del proyecto en un plazo de 20 años. Luego, se analizan los indicadores económicos como el VAN, TIR, el ratio B/C y el Periodo de Recuperación. Por último, se realiza un análisis de sensibilidad con 3 escenarios definidos como pesimista, moderado y optimista.

PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL PERÚ**TEMA DE TESIS**

PARA OPTAR	Título de Ingeniero Industrial
ALUMNO	GERARDO JUNIOR FLORES SEMPÉRTEGUI
CÓDIGO	2009.0347.12
PROPUESTO POR	Ing. Atilio A. Antonioli Delucchi
ASESOR	Ing. Atilio A. Antonioli Delucchi
TEMA	ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PARQUE DE DIVERSIONES EN LIMA METROPOLITANA.
N° TEMA	1282
FECHA	San Miguel, 06 de noviembre de 2015

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
Facultad de Ciencias e Ingeniería


11 NOV. 2015
MIGUEL MEJIA PUENTE
DECANO

JUSTIFICACIÓN:

El tema de tesis tiene como justificación el hecho de que Lima es una ciudad que no cuenta con un parque de diversiones o un lugar donde se encuentren diversos juegos mecánicos como montañas rusas, juegos interactivos en los que participen todos los integrantes de las familias y espectáculos que permitan una mayor unión entre éstas. Considero que esta es una falta muy importante para la ciudad ya que diversas ciudades importantes de la región latinoamericana como Ciudad de México y Buenos Aires cuentan con parques de diversiones.

Asimismo, la implementación de un parque de diversiones serviría para favorecer el nivel de calidad de vida de la población. Esto se debería a que la zona cercana a realizar el proyecto tendría mayor valor y como un tema extra al proyecto se podría hacer una renovación de la zona aledaña al proyecto para poder tener una mejor presentación y como consecuencia una mejor calidad de vida de los habitantes de la zona.

También, Lima es una ciudad que ha tenido un crecimiento notable en los últimos años y el crecimiento económico de los últimos años ha incrementado el poder adquisitivo de la población. El incremento en el poder adquisitivo haría que la población destine parte de sus ingresos a diversión y entretenimiento, entre los cuales se ubicaría el proyecto.

La tesis a desarrollar también tiene como objetivo incorporar el ambiente y escenario de la ciudad para la realización de diversas actividades.


Av. Universitaria N° 1801, San Miguel
T: (511) 626 2000www.pucp.edu.pe



- 2 -

Por ejemplo, de ser posible se podría localizar el parque en un lugar cercano al mar o espacios naturales de la ciudad para realizar actividades como excursiones en botes y fomentar el respeto al ambiente entre los clientes del parque. Asimismo, se podría realizar actividades en los cerros de la ciudad ya que Lima es una ciudad que cuenta con una gran cantidad de cerros y estos no han sido aprovechados en su totalidad para la realización de actividades de aventura y grupales. Cabe recalcar que todas estas ideas dependen de la localización del parque de diversiones y se tendrían que analizar los costos y preferencias de la población para la realización de estas actividades.

OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de la tesis a desarrollar consiste en evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera de la implementación de un parque de diversiones en la ciudad de Lima.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Presentar el estudio estratégico del parque de diversiones, analizando las variables internas y externas que puedan incidir en el desarrollo del proyecto.
- Identificar los servicios a ofrecer en el proyecto, su público objetivo y realizar un análisis de la oferta y la demanda para un horizonte de 20 años.
- Determinar la localización adecuada del parque, así como el análisis del diseño, infraestructura y tecnología a emplear en las instalaciones.
- Describir las normas y tributos a los que estará sujeto el parque, la estructura de la empresa y las funciones y requerimientos del personal.
- Evaluar y determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto.

PUNTOS A TRATAR

a. Estudio estratégico.

En este punto se analizará el macro entorno y micro entorno considerando los factores demográficos, económicos, legales, culturales y tecnológicos. Asimismo, se investigará la situación actual en nuestro país en aspectos relacionados al proyecto a realizar.

Como parte de esta investigación se utilizará el análisis FODA con el fin de obtener la mayor información posible y precisa para el desarrollo del proyecto. Como punto final, se definen la misión y visión del proyecto y los valores, objetivos y prioridades estratégicas del servicio.

b. Estudio de mercado.

En este punto se desarrollará la definición del servicio, la segmentación del mercado y el mercado objetivo del proyecto. Además, se realizará una proyección de la oferta y la demanda del proyecto por medio de estimaciones usando información de centros recreativos



- 3 -

actuales. Por último, se analizará la comercialización del proyecto. Asimismo, se desarrollará la mezcla de marketing en la cual se incluye la plaza, precio, promoción y publicidad.

c. Estudio técnico

Como parte del estudio técnico se desarrollará la localización de las instalaciones del parque de diversiones mediante un análisis de macro localización y micro localización. También se desarrollan los siguientes conceptos: el tamaño del terreno donde se realizará el proyecto, el diseño y la tecnología a emplear en las instalaciones. Asimismo, se definirán las características de las instalaciones y los materiales a utilizar para la construcción de éstas.

bb
d. Estudio legal y organizacional.

En este rubro se analizarán los aspectos legales, las normas que rigen el funcionamiento de un parque de diversiones, los tributos a los que está sujeto el proyecto, etc. Asimismo, se explica la estructura organizacional de la empresa, el tipo de sociedad de ésta, las principales funciones del personal y un detalle específico de los puestos.

e. Estudio económico y financiero.

En este estudio, se detallará la inversión inicial del proyecto y la alternativa de financiamiento más adecuada. Asimismo, se detallarán los presupuestos de ingresos y egresos y se realizan los estados financieros del proyecto en un periodo de 20 años. Este estudio nos permitirá analizar si el proyecto es rentable, tanto económica como financieramente. Además, se realizará un análisis de sensibilidad con el fin de analizar la rentabilidad del proyecto ante variaciones de las principales variables que intervienen en él.

f. Conclusiones y recomendaciones.

Máximo: 100 páginas

Antonio
ASESOR

[Handwritten mark]

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	I
ÍNDICE DE TABLAS	IV
ÍNDICE DE GRÁFICOS	VII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: ESTUDIO ESTRATÉGICO.....	2
1.1 Análisis del macro entorno	2
1.1.1 Factor demográfico	2
1.1.2 Factor económico.....	4
1.1.3 Factor legal.....	5
1.1.4 Factor cultural - social	6
1.1.5 Factor tecnológico	6
1.1.6 Factor ambiental.....	7
1.2 Análisis del micro entorno.....	8
1.2.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	8
1.2.2 Rivalidad entre competidores	9
1.2.3 Amenaza de servicios sustitutos	10
1.2.4 Poder de negociación de los proveedores	10
1.2.5 Poder de negociación de los consumidores.....	11
1.3 Planeamiento estratégico	12
1.3.1 Visión.....	12
1.3.2 Misión	12
1.3.3 Análisis FODA.....	12
1.3.4 Estrategias genéricas.....	15
1.3.5 Objetivos organizacionales	15
CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO	16
2.1 Aspectos generales	16
2.1.1 El consumidor.....	16
2.1.2 Servicios	22
2.2 Análisis de la demanda.....	25
2.2.1 Demanda histórica	25
2.2.2 Demanda proyectada.....	27
2.3 Análisis de la oferta.....	29
2.3.1 Análisis de la competencia	29
2.3.2 Oferta histórica	30
2.3.3 Oferta proyectada	31
2.4 Demanda insatisfecha	32
2.5 Demanda del proyecto.....	32
2.6 Comercialización.....	34
2.6.1 Plaza.....	34
2.6.2 Promoción y publicidad	35
2.6.3 Precio	38

CAPÍTULO 3: ESTUDIO TÉCNICO	39
3.1 Localización	39
3.1.1 Macro localización.....	39
3.1.2 Micro localización	40
3.2 Características físicas.....	42
3.3.1 Infraestructura	42
3.3.2 Equipamiento	45
3.3.3 Distribución.....	49
3.3 Tamaño	51
3.4 Operaciones.....	54
3.5 Requerimientos del proceso.....	57
3.5.1 Servicios	57
3.5.2 Insumos	58
3.5.3 Seguridad e Higiene.....	59
3.6 Cronograma del proyecto	60
CAPÍTULO 4: ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL.....	61
4.1 Tipo de sociedad.....	61
4.2 Afectación tributaria	61
4.2.1 Impuesto a la Renta (IR).....	61
4.2.2 Impuesto General a las Ventas (IGV).....	62
4.2.3 Otros impuestos	62
4.3 Normas competentes.....	62
4.4 Estructura organizacional	63
4.5 Funciones del personal.....	67
4.6 Requerimientos de personal.....	68
CAPÍTULO 5: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	69
5.1 Inversión del proyecto.....	69
5.1.1 Inversión en activos fijos.....	69
5.1.2 Inversión en activos intangibles	72
5.1.3 Inversión en capital de trabajo	73
5.1.4 Inversión total	74
5.1.5 Reinversiones.....	75
5.2 Financiamiento del proyecto.....	75
5.2.1 Estructura de financiamiento	75
5.2.1 Costo de Oportunidad de Capital	76
5.2.2 Costo Ponderado de Capital.....	77
5.3 Presupuestos de ingresos y egresos	78
5.3.1 Presupuesto de ingresos	78
5.3.2 Presupuesto de costos.....	79
5.3.3 Presupuesto de gastos	83
5.4 Punto de equilibrio	88
5.5 Estados financieros.....	89

5.5.1 Estado de Ganancias y Pérdidas	89
5.5.2 Flujo de Caja Económico y Financiero	90
5.5.3 Balance General.....	93
5.6 Evaluación económica y financiera del proyecto	94
5.6.1 Valor Actual Neto (VAN)	94
5.6.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	94
5.6.3 Ratio Beneficio / Costo (B/C).....	95
5.6.4 Periodo de Recuperación (PR).....	95
5.7 Análisis de sensibilidad.....	96
5.7.1 Ingresos.....	96
5.7.2 Egresos	97
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	99
BIBLIOGRAFÍA	101



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Crecimiento de la PEA en el periodo 2010 - 2014.....	5
Tabla 2: Tasa de desempleo en el periodo 2010 - 2014.....	5
Tabla 3: Ingreso mensual promedio en el periodo 2010 - 2014.....	5
Tabla 4: Tabla de puntuación de los factores internos y externos.....	12
Tabla 5: Matriz de evaluación de factores internos.....	13
Tabla 6: Matriz de evaluación de factores externos.....	13
Tabla 7: Matriz interna-externa.....	13
Tabla 8: Matriz FODA.....	14
Tabla 9: Tabla de puntuación de los impactos.....	14
Tabla 10: Matriz de estrategias.....	14
Tabla 11: Objetivos organizacionales.....	15
Tabla 12: Perfil del consumidor.....	21
Tabla 13: Juegos mecánicos.....	22
Tabla 14: Venta de comida.....	22
Tabla 15: Visitas guiadas.....	23
Tabla 16: Juegos en tiendas.....	23
Tabla 17: Talleres de educación.....	23
Tabla 18: Espectáculos.....	24
Tabla 19: Servicios del parque de diversiones.....	24
Tabla 20: Demanda histórica del proyecto.....	26
Tabla 21: Componentes de la demanda histórica.....	27
Tabla 22: Demanda proyectada del año 1 al año 10.....	28
Tabla 23: Demanda proyectada del año 11 al año 20.....	28
Tabla 24: Oferta histórica.....	31
Tabla 25: Componentes de la oferta histórica.....	31
Tabla 26: Oferta proyectada del año 1 al año 10.....	32
Tabla 27: Oferta proyectada del año 11 al año 20.....	32
Tabla 28: Demanda insatisfecha.....	32
Tabla 29: Demanda del proyecto del año 1 al año 10.....	34
Tabla 30: Demanda del proyecto del año 11 al año 20.....	34
Tabla 31: Promociones del parque.....	36
Tabla 32: Publicidad del parque.....	37
Tabla 33: Precios de entrada al parque de diversiones.....	38
Tabla 34: Alternativas de ubicación.....	40
Tabla 35: Tabla de puntuación de las alternativas.....	41
Tabla 36: Matriz de ponderación de las alternativas.....	41
Tabla 37: Sectores del parque de diversiones.....	42
Tabla 38: Infraestructura del parque de diversiones.....	45
Tabla 39: Juegos mecánicos del parque de diversiones.....	47
Tabla 40: Equipamiento del parque de diversiones.....	49
Tabla 41: Zonas del parque de diversiones.....	49

Tabla 42: Tipos de relación de actividades.....	50
Tabla 43: Parámetros usados en el método de Guerchet.....	51
Tabla 44: Tamaño del espacio de juegos mecánicos.....	52
Tabla 45: Tamaño del área administrativa.....	52
Tabla 46: Tamaño del área de servicios.....	53
Tabla 47: Tamaño del área libre.....	53
Tabla 48: Requerimiento de espacio del parque.....	54
Tabla 49: Servicios a contratar.....	58
Tabla 50: Insumos.....	59
Tabla 51: Condiciones de trabajo para el parque de diversiones.....	60
Tabla 52: Cronograma del proyecto.....	60
Tabla 53: Cantidad y remuneraciones básicas del personal.....	66
Tabla 54: Funciones del personal.....	67
Tabla 55: Requerimientos del personal.....	68
Tabla 56: Inversión en terreno (en miles de soles).....	69
Tabla 57: Inversión en infraestructura (en miles de soles).....	69
Tabla 58: Inversión en juegos mecánicos (en miles de soles).....	70
Tabla 59: Inversión en maquinaria y equipos (en miles de soles).....	70
Tabla 60: Inversión en equipos de oficina (en miles de soles).....	71
Tabla 61: Inversión en muebles y enseres (en miles de soles).....	71
Tabla 62: Inversión en activos fijos (en miles de soles).....	71
Tabla 63: Inversión en trámites de constitución (en miles de soles).....	72
Tabla 64: Inversión en desarrollo de servicios (en miles de soles).....	72
Tabla 65: Costo de ingeniería del proyecto (en miles de soles).....	73
Tabla 66: Inversión en activos intangibles (en miles de soles).....	73
Tabla 67: Costo operativo anual del parque en el año 1 (en miles de soles).....	74
Tabla 68: Inversión total (en miles de soles).....	74
Tabla 69: Reinversiones (en miles de soles).....	75
Tabla 70: Condiciones de financiamiento (en miles de soles).....	76
Tabla 71: Costo de Oportunidad de Capital.....	77
Tabla 72: Costo Ponderado de Capital.....	77
Tabla 73: Presupuesto de ingresos del año 1 al año 10 (en miles de soles).....	79
Tabla 74: Presupuesto de ingresos del año 11 al año 20 (en miles de soles).....	79
Tabla 75: Presupuesto de MD del año 1 al año 10 (en miles de soles).....	80
Tabla 76: Presupuesto de MD del año 11 al año 20 (en miles de soles).....	80
Tabla 77: Sueldos mensuales de MOD del año 1 al año 10 (en miles de soles)....	80
Tabla 78: Sueldos mensuales de MOD del año 11 al año 20 (en miles de soles)...	80
Tabla 79: Presupuesto de MOD del año 1 al año 10 (en miles de soles).....	81
Tabla 80: Presupuesto de MOD del año 11 al año 20 (en miles de soles).....	81
Tabla 81: Costo mensual de servicios en el año 1 (en miles de soles).....	82
Tabla 82: Costo de servicios del año 1 al año 10 (en miles de soles).....	82
Tabla 83: Costo de servicios del año 11 al año 20 (en miles de soles).....	82

Tabla 84: Costos de ventas del año 1 al año 10 (en miles de soles)	83
Tabla 85: Costos de ventas del año 11 al año 20 (en miles de soles)	83
Tabla 86: Gastos financieros del año 1 al año 10 (en miles de soles)	83
Tabla 87: Gastos de ventas del año 1 al año 10 (en miles de soles)	84
Tabla 88: Gastos de ventas del año 11 al año 20 (en miles de soles)	84
Tabla 89: Sueldos mensuales del personal administrativo del año 1 al año 10 (en miles de soles)	85
Tabla 90: Sueldos mensuales del personal administrativo del año 11 al año 20 (en miles de soles)	85
Tabla 91: Gastos por planilla del año 1 al año 10 (en miles de soles)	86
Tabla 92: Gastos por planilla del año 11 al año 20 (en miles de soles)	86
Tabla 93: Impuesto predial (en miles de soles)	86
Tabla 94: Gastos administrativos del año 1 al año 10 (en miles de soles)	86
Tabla 95: Gastos administrativos del año 11 al año 20 (en miles de soles)	86
Tabla 96: Depreciación y amortización del año 1 al año 10 (en miles de soles)	87
Tabla 97: Depreciación y amortización del año 11 al año 20 (en miles de soles) ..	87
Tabla 98: Liquidación y ganancia por venta de activos (en miles de soles)	87
Tabla 99: Punto de equilibrio del año 1 al año 10 (en miles de soles)	88
Tabla 100: Punto de equilibrio del año 11 al año 20 (en miles de soles)	88
Tabla 101: Estado de Ganancias y Pérdidas del año 1 al año 10 (en miles de soles)	89
Tabla 102: Estado de Ganancias y Pérdidas del año 11 al año 20 (en miles de soles)	89
Tabla 103: Módulo de IGV del año 0 al año 10 (en miles de soles)	90
Tabla 104: Módulo de IGV del año 11 al año 20 (en miles de soles)	90
Tabla 105: FCE y FCF del año 0 al año 10 (en miles de soles)	91
Tabla 106: FCE y FCF del año 11 al año 20 (en miles de soles)	92
Tabla 107: Balance General del año 0 al año 10 (en miles de soles)	93
Tabla 108: Balance General del año 11 al año 20 (en miles de soles)	93
Tabla 109: Valor Actual Neto (en miles de soles)	94
Tabla 110: Tasa Interna de Retorno	95
Tabla 111: Ratio Beneficio / Costo	95
Tabla 112: Periodo de Recuperación	95
Tabla 113: Tabla de escenarios - Precios	96
Tabla 114: Resultados de los escenarios - Precios	96
Tabla 115: Tabla de escenarios - Demanda	97
Tabla 116: Resultados de los escenarios - Demanda	97
Tabla 117: Tabla de escenarios – Costo de servicios	97
Tabla 118: Resultados de los escenarios – Costo de servicios	98
Tabla 119: Tabla de escenarios – Gastos de ventas	98
Tabla 120: Resultados de los escenarios – Gastos de ventas	98

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Parques de diversiones más visitados en el 2013 (en el mundo).....	2
Gráfico 2. Parques de diversiones más visitados en el 2013 (en América Latina) ...	2
Gráfico 3. Parques de diversiones más visitados en el 2014 (en el mundo).....	3
Gráfico 4. Parques de diversiones más visitados en el 2014 (en América Latina) ...	3
Gráfico 5. Crecimiento poblacional de Lima Metropolitana de 1940 al 2015.....	3
Gráfico 6. Crecimiento porcentual anual del Perú del 2006 al 2015.....	4
Gráfico 7. Distribución de hogares por NSE en Lima Metropolitana en el 2010... ..	4
Gráfico 8. Distribución de hogares por NSE en Lima Metropolitana en el 2015... ..	4
Gráfico 9. Género de la población.....	16
Gráfico 10. Edad de la población.....	16
Gráfico 11. Zona de residencia de la población.....	17
Gráfico 12. Lugares de diversión más frecuentados por los encuestados.....	18
Gráfico 13. ¿Con quiénes suele frecuentar lugares de entretenimiento?.. ..	18
Gráfico 14. ¿Ha visitado alguna vez un parque de diversiones?... ..	18
Gráfico 15. Número de visitas a un parque de diversiones (por año).....	19
Gráfico 16. Atracciones que más llamaron la atención de los encuestados... ..	19
Gráfico 17. Lugares donde se encuentran los parques que visitó.....	19
Gráfico 18. Interés por contar con un parque de diversiones en Lima.....	19
Gráfico 19. Percepción de la situación de los parques de diversiones en Lima	20
Gráfico 20. Aspectos que considera más importantes en un parque de diversiones	20
Gráfico 21. Gasto promedio en un parque de diversiones	20
Gráfico 22. Percepción de la importancia de implementar un programas educativos en el parque.....	20
Gráfico 23. Sectores de Lima Metropolitana.....	39
Gráfico 24. Terreno propuesto para el parque.....	41
Gráfico 25. Tabla Relacional de Actividades.....	50
Gráfico 26. Diagrama Relacional de Actividades.....	50
Gráfico 27. Diagrama de bloques.....	51
Gráfico 28. Flujograma de ingreso de los clientes al parque.....	55
Gráfico 29. Flujograma de ingreso a los juegos mecánicos.....	56
Gráfico 30. Flujograma de ingreso de materiales del almacén.....	56
Gráfico 31. Flujograma de salida de materiales del almacén.....	57
Gráfico 32. Estructura organizacional del parque de diversiones.....	65

INTRODUCCIÓN

La tesis a presentar consiste en un estudio de viabilidad de un parque de diversiones ubicado en la ciudad de Lima. Este proyecto se analiza por medio de cinco estudios, entre los cuales se encuentran el estudio estratégico, el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio legal y organizacional y el estudio económico y financiero.

En el estudio estratégico se desarrolla el análisis del macro entorno, resaltando los factores demográficos, económicos, sociales y tecnológicos. Luego, se realiza el análisis del micro entorno analizando las cinco fuerzas de Porter. Además, se realiza el planeamiento estratégico del proyecto, que incluye la determinación de la misión, visión, estrategias y objetivos principales del proyecto.

En el estudio de mercado se define el perfil del consumidor. Este análisis es complementado con una encuesta en la cual se muestra información sobre los clientes potenciales, la frecuencia de visitas, preferencias, sugerencias y tendencias. Luego, se detalla la descripción de cada uno de los servicios del parque. Además, se realiza la estimación de la demanda y oferta del proyecto. Como punto final, se desarrolla el marketing mix del proyecto.

En el estudio técnico se selecciona la alternativa más adecuada para ubicar el parque y la determinación de su tamaño. Además, se desarrollan los procedimientos del parque y los requerimientos en relación a la infraestructura, equipamiento, insumos y servicios para el funcionamiento adecuado del proyecto.

En el estudio legal y organizacional, se establece el tipo de sociedad, las normas o requisitos legales del proyecto y la afectación tributaria de este. Asimismo, se define la estructura organizacional del proyecto indicando los perfiles y requerimientos de los empleados operativos y administrativos.

Finalmente, en el último capítulo se desarrolla el estudio económico y financiero del proyecto. En este se plantea la inversión total y se selecciona la alternativa de financiamiento. Asimismo, se definen los presupuestos de ingresos y egresos y se desarrollan los estados financieros del proyecto en un plazo de 20 años. Luego, se analizan los indicadores económicos como el VAN, TIR y el ratio B/C. Como punto final, se realiza un análisis de sensibilidad mediante el uso de tres escenarios definidos como pesimista, moderado y optimista.

CAPÍTULO 1: ESTUDIO ESTRATÉGICO

Este capítulo incluye los lineamientos del estudio estratégico. Se desarrolla el análisis del entorno y el planeamiento estratégico del proyecto, que incluye las definiciones de misión, visión y objetivos de la empresa y el desarrollo de la matriz FODA.

1.1 Análisis del macro entorno

En esta sección se analizan las variables que representan oportunidades o riesgos para el parque. Estas variables también se denominan factores y son las siguientes:

1.1.1 Factor demográfico

En este factor se analiza el interés de la población en los parques de diversiones a nivel regional y mundial.

En el Gráfico 1, elaborado por la empresa de investigación de mercados AECOM¹, se observa que hay una gran afluencia de público en los parques de diversiones a nivel mundial. Asimismo, se aprecia que 6 de estos parques se encuentran en Estados Unidos, 3 en Japón y 1 en Francia.



Gráfico 1. Parques de diversiones más visitados en el 2013 (en el mundo)
Fuente: AECOM.

En América Latina la mayoría de parques de diversiones más visitados están en México o Brasil. En el Gráfico 2 se pueden observar los parques más visitados de la región. Six Flags México, localizado en la Ciudad de México, tuvo la mayor cantidad de visitantes con 2'345,000 visitas en el 2013.

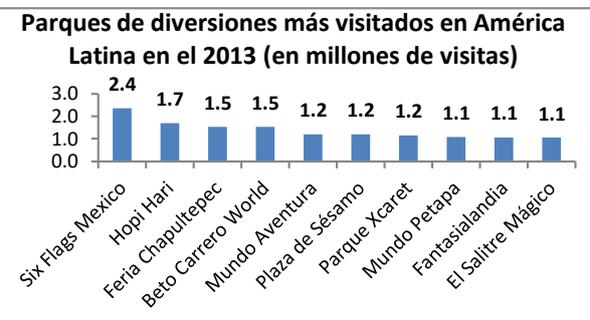


Gráfico 2. Parques de diversiones más visitados en el 2013 (en América Latina)
Fuente: AECOM.

¹ AECOM. [Fecha de consulta: 12 de diciembre de 2015]. Disponible en: <http://www.teaconnect.org/images/files/TEA_103_49736_150603.pdf>

A nivel global no se presenta variabilidad respecto a los parques más visitados en el 2014. En el Gráfico 3, realizado con información de AECOM, se aprecia que todos los parques han crecido respecto al año anterior. La excepción es Disneyland París, que tuvo un cambio porcentual de -4,7%.

Parques de diversiones más visitados en el mundo en el 2014 (en millones de visitas)

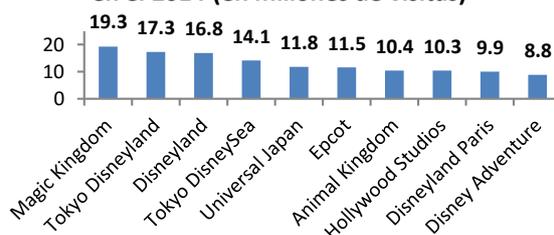


Gráfico 3. Parques de diversiones más visitados en el 2014 (en el mundo)
Fuente: AECOM.

En el 2014 se presentó una situación similar a la global en América Latina. En el Gráfico 4 se observa que todos los parques han tenido más visitantes respecto al año anterior. La excepción es el Parque de la Costa (Buenos Aires, Argentina), que tuvo un cambio porcentual de -3.7%².

Parques de diversiones más visitados en América Latina en el 2014 (en millones de visitas)

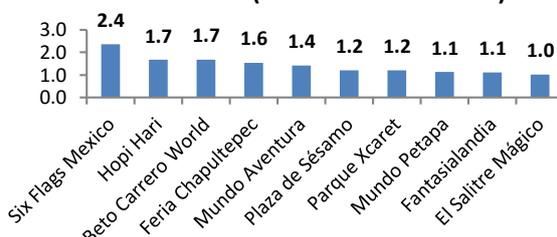


Gráfico 4. Parques de diversiones más visitados en el 2014 (en América Latina)
Fuente: AECOM.

En Lima no existen muchos parques de diversiones y la gran mayoría de estos suelen tener temporadas cortas cuando se presentan en la ciudad. Sin embargo, existen zoológicos, parques zonales y temáticos, etc. El lugar más visitado en Lima es el Circuito Mágico del Agua, con más de 2 millones de visitas al año³.

En el Gráfico 5, se observa el crecimiento de la de población limeña entre los años 1940 a 2015⁴. Este aumento ha sido notable y en el futuro podría haber una mayor población que forme parte del público objetivo del parque.

Crecimiento poblacional de Lima Metropolitana en el periodo 1940-2015 (en millones de habitantes)

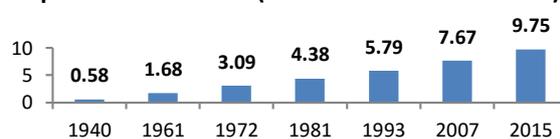


Gráfico 5. Crecimiento poblacional de Lima Metropolitana de 1940 al 2015
Fuente: INEI.

² AECOM. [Fecha de consulta: 12 de diciembre de 2015]. Disponible en: <http://www.teaconnect.org/images/files/TEA_103_49736_150603.pdf>

³ TERRA. [Fecha de consulta: 23 de agosto de 2014]. Disponible en: <http://noticias.terra.com.pe/peru/parque-de-la-reserva-el-lugar-mas-visitado-de-lima_52d003acd5e310VgnVCM4000009bcceb0aRCRD.html>

⁴ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA. [Fecha de consulta: 30 de diciembre de 2015]. Disponible en: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1168/libro.pdf>

En conclusión, Lima es una ciudad con alto crecimiento poblacional y al ser el parque de diversiones parte de un mercado no aprovechado en el Perú, el parque tendrá una situación favorable para su implementación.

1.1.2 Factor económico

La economía del país ha tenido un crecimiento favorable a pesar de su reducción en los últimos años. En el 2008 el crecimiento del PBI fue de 9,1%⁵ al actual pronóstico de la Cámara de Comercio de Lima de 2,7% y 3% para el 2015 y 2016⁶.

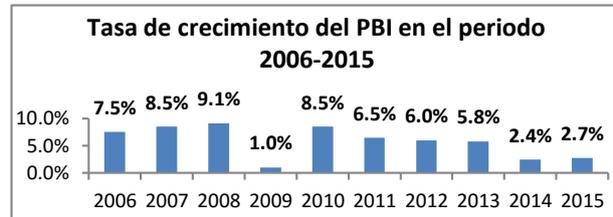


Gráfico 6. Crecimiento porcentual anual del Perú del 2006 al 2015
Fuente: Banco Mundial.

Respecto a la situación socioeconómica en Lima, se utiliza información de la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercado (APEIM). En el Gráfico 7 y 8 se observan los niveles socioeconómicos (NSE) en 2010⁷ y 2015⁸.

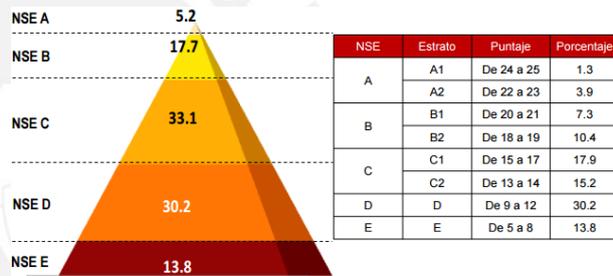


Gráfico 7. Distribución de hogares por NSE en Lima Metropolitana en el 2010
Fuente: APEIM.

En estos gráficos se aprecia que los NSE B, C y D han crecido mientras el A está estable y el E se redujo. Esto indica que el poder adquisitivo de la población ha crecido y de seguir esta tendencia en el futuro el grueso de la población se encontrará en los NSE A, B y C.

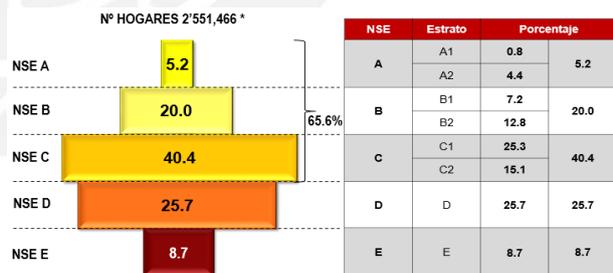


Gráfico 8. Distribución de hogares por NSE en Lima Metropolitana en el 2015
Fuente: APEIM.

⁵ BANCO MUNDIAL. [Fecha de consulta: 13 de diciembre de 2015]. Disponible en: <<http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>>

⁶ GESTIÓN. [Fecha de consulta: 13 de diciembre de 2015]. Disponible en: <<http://gestion.pe/economia/ccl-pbi-peruano-crecera-27-2015-y-3-2016-2141148>>

⁷ APEIM. [Fecha de consulta: 07 de enero de 2014]. Disponible en: <<http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2010-LIMA.pdf>>

⁸ APEIM. [Fecha de consulta: 20 de diciembre de 2015]. Disponible en: <<http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2015.pptx>>

En la Tabla 1 se observa que la población económicamente activa (PEA) en 2014 es 4,89% mayor que la del 2010. Esto significa que ahora mayor población trabaja⁹.

Tabla 1: Crecimiento de la PEA en el periodo 2010 - 2014

	2010	2011	2012	2013	2014
PEA	4,708,083	4,785,917	4,816,250	4,889,333	4,938,333

**Fuente: Banco Central de Reserva del Perú.
Elaboración propia.**

Asimismo, la tasa de desempleo en 2014 es 1.95%, menor a la del 2010¹⁰. Entre los principales motivos de este descenso se encuentra el aumento de la PEA.

Tabla 2: Tasa de desempleo en el periodo 2010 - 2014

	2010	2011	2012	2013	2014
Tasa de desempleo	7.88	7.73	6.79	5.94	5.93

**Fuente: Ministerio del Trabajo.
Elaboración propia.**

Por último, el ingreso mensual promedio en el 2014 es S/. 370 más que el del 2010¹¹. Esto implica que el poder adquisitivo de la población es ahora mayor.

Tabla 3: Ingreso mensual promedio en el periodo 2010 - 2014

	2010	2011	2012	2013	2014
Ingreso mensual promedio	1,276	1,386	1,459	1,557	1,648

**Fuente: Ministerio del Trabajo.
Elaboración propia.**

1.1.3 Factor legal

La construcción y el funcionamiento de los servicios que se ofrecen en el parque de diversiones son regulados por las siguientes leyes o normas:

- Ley N° 29090 - Ley de Regulación de Habilitaciones Urbanas y de Edificaciones¹².
- Ley N° 28976 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento.
- Norma A.130 - Requisitos de Seguridad¹³.

Asimismo, existen numerosas leyes respecto a la infraestructura, diseño, mantenimiento e impactos ambientales y el parque tendría que realizarse conforme a estas. Además, en el 2013 se promulgó una ley con el fin de facilitar la inversión¹⁴, por lo que existe una normativa legal que permite el desarrollo de estos proyectos.

⁹ BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ. [Fecha de consulta: 30 de abril de 2015]. Disponible en: <<https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/P00506PRM/html>>

¹⁰ BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ. [Fecha de consulta: 30 de abril de 2015]. Disponible en: <<https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/P00509PRM/html>>

¹¹ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA. [Fecha de consulta: 01 de mayo de 2015]. Disponible en: <http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1105/cap06.pdf>

¹² MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS. [Fecha de consulta: 05 de enero de 2015]. Disponible en: <http://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publica/capacita/2_reglamento_ley29090.pdf>

¹³ MINISTERIO DE VIVIENDA, CONSTRUCCIÓN Y SANEAMIENTO. [Fecha de consulta: 02 de marzo de 2015]. Disponible en:

<http://www.vivienda.gob.pe/documentos/documentos_ds_010/4/Norma_A.130_Requisitos_de_Seguridad.pdf>

¹⁴ GESTIÓN. [Fecha de consulta: 20 de enero de 2014]. Disponible en:

<<http://gestion.pe/economia/poder-ejecutivo-promulgo-ley-facilitar-inversion-2070151>>

1.1.4 Factor cultural - social

El principal objetivo del parque es fomentar a que la población pase buenos momentos en familia y con sus seres queridos. Por esto, la prioridad del parque será la calidad del servicio y el fomento de las buenas costumbres al personal y clientes.

Además, como parte de los objetivos del parque y diferenciación con la competencia, se promoverá la educación ambiental en el personal y los clientes. Esto es esencial ya que en la actualidad hay muchos problemas por la contaminación, el mal uso de los recursos naturales y la falta de conciencia ambiental en la población.

Asimismo, se impartirá el concepto de la limpieza en los clientes ya que la falta de limpieza es uno de los principales problemas en Lima¹⁵. Esto es consecuencia de la falta de una cultura de valores en la población y la falta de promoción por parte de las autoridades. Por este motivo, se impartirán valores por su importancia para tener una mejor sociedad y para que la ciudad sea más ordenada y limpia.

El proyecto, como parte del objetivo de impartir conciencia social, tiene como prioridad mejorar la zona en la cual se localizará. Esto se logrará priorizando el empleo en las poblaciones aledañas, capacitando a los empleados y realizando labores de apoyo social. Sin embargo, podría haber problemas como la delincuencia, falta de transporte y acceso en la zona elegida. Para combatir esta problemática, se hará un análisis exhaustivo de las posibles zonas a elegir con el fin de que los clientes se encuentren satisfechos en sus visitas al parque.

En conclusión, el proyecto se encargará de fomentar los buenos valores y prácticas entre la población. Para llevar a cabo estos planes se priorizará el bienestar de la población en general, de los visitantes y la ciudad.

1.1.5 Factor tecnológico

En el parque se necesitarán diversos equipos para las tareas propias realizadas en este y que permitan una mejor atención a los clientes. Entre los equipos a utilizar se requerirán computadoras, boleterías automatizadas, artículos de iluminación, juegos mecánicos como montañas rusas, toboganes, carros chocones, etc.

¹⁵ EL COMERCIO. [Fecha de consulta: 24 de agosto de 2015]. Disponible en:
<<http://elcomercio.pe/lima/ciudad/recojo-basura-60-norte-y-sur-lima-esta-disconforme-noticia-1835311>>

Los juegos mecánicos serán importados en su mayoría debido a que no existen muchos proveedores en el mercado nacional. Estos serán importados de Estados Unidos o Europa, donde hay mayor número de proveedores y rango de precios¹⁶. Existe un riesgo en las compras porque se debe contar con proveedores que cumplan con los estándares de seguridad actuales y representen el menor costo posible.

En relación a la infraestructura y diseño del parque, se emplearán alternativas eficaces de energía para reducir costos, generar conciencia ambiental y mitigar el impacto ambiental. También, se usarán materiales que produzcan pocas o nulas emisiones tóxicas y aparatos que consuman menor energía.

Asimismo, se posicionará el parque de diversiones como una atracción sana y divertida en la que se fomentarán los valores como la inclusión a las personas discapacitadas. Para lograr esto, se contarán con rampas y diversas facilidades para que estas personas también puedan disfrutar al máximo de las instalaciones.

En conclusión, se presenta una situación favorable a excepción de la obtención de los juegos mecánicos. Esto se debe a que el costo de importación de los equipos y juegos y el costo de estos podría ser muy elevado y estos inciden directamente en el tamaño de la inversión inicial y el periodo de recuperación de capital.

1.1.6 Factor ambiental

En el proyecto, como parte del objetivo de generar conciencia ambiental, se usarán tipos de energía eficaces para mitigar el impacto ambiental y contribuyan a reducir costos. Además, se controlarán las actividades que generen emisiones tóxicas, reducir la contaminación de las instalaciones y contar con amplias áreas verdes.

El parque estará sujeto a la realización de un Estudio de Impacto Ambiental¹⁷. En este, se evaluarán los posibles impactos ambientales del parque se implementará un control de las actividades para reducir los impactos negativos. Además, se promoverá el uso de alternativas eficaces de energía, generar conciencia en torno a los cuidados del medio ambiente y usar materiales biodegradables en empaques o bolsas.

¹⁶ EUROPAGES. [Fecha de consulta: 8 de marzo de 2014]. Disponible en: <http://www.europages.es/guia-empresas/did-05/hc-05890/Parques-de-atracciones-instalaciones.html>

¹⁷ SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN AMBIENTAL. [Fecha de consulta: 19 de enero de 2014]. Disponible en: <http://sinia.minam.gob.pe/index.php?accion=verElemento&idElementoInformacion=39&verPor=tema&idTipoElemento=15&idTipoFuente=>>

Por otro lado, se utilizará sistema de control del ruido para proteger la integridad física de los clientes, empleados y población en general ya que este significaría un riesgo para las actividades por sus efectos nocivos¹⁸. Mediante el uso de este sistema, la contaminación sonora producida por el parque de diversiones será menor.

Además, el parque contará con extensas áreas de césped y árboles en sus instalaciones. De esta manera, el parque contará con un gran número de áreas verdes que permitirán transmitir la imagen ambientalista de este.

En conclusión, el factor ambiental constituye una ventaja para las actividades y se presenta una situación muy favorable respecto a este. Esto se debe al diseño y la infraestructura del parque, las medidas a emplear respecto a las emisiones tóxicas y a la enseñanza de prácticas ambientales y sociales que contribuirían a una mejor sociedad, una mejor calidad de vida y al cuidado del medio ambiente.

1.2 Análisis del micro entorno

En este rubro se desarrollarán las 5 fuerzas de Porter, que es un modelo estratégico elaborado por Michael Porter en su libro *Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*¹⁹.

1.2.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores

En esta fuerza de Porter se analizan los beneficios del sector considerando el hecho que más empresas se desarrollen en el mismo y el nivel de competitividad del parque de diversiones respecto a los demás²⁰.

En la actualidad, Lima no cuenta con parques de diversiones de la misma calidad, tamaño, servicios y buen trato que hay en diversas ciudades del mundo o la región. Esto se debe a que los parques de diversiones en Lima son pequeños, no cuentan con juegos innovadores o no tienden a estar localizados en un lugar fijo²¹.

¹⁸ EL RUIDO. [Fecha de consulta: 19 de enero de 2014]. Disponible en:
<<http://www.elruido.com/portal/web/concienciacion/inicio>>

¹⁹ PORTER, Michael. *Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*. Nueva York. Free Press, 1980.

²⁰ AULA FÁCIL. [Fecha de consulta: 15 de diciembre de 2015]. Disponible en:
<<http://www.aulafacil.com/cursos/l20766/empresa/estrategia/estrategia-empresarial-basico/las-cinco-fuerzas-de-porter-amenaza-de-entrada-de-nuevos-competidores>>

²¹ PERÚ 21. [Fecha de consulta: 1 de mayo de 2015]. Disponible en:
<<http://peru21.pe/actualidad/costa-park-parque-diversiones-mas-grande-lima-abrio-sus-puertas-2207352>>

Como ejemplo se presenta el caso de Costa Park, que inició sus operaciones en Lima el 20 de diciembre de 2014 hasta el 8 de marzo de 2015 para la temporada 2014-2015²². Este parque, de carácter temporal, ofrece varios juegos mecánicos y diversos servicios. Sin embargo, no cuenta con juegos mecánicos de primer nivel como las montañas rusas. Por esto, no satisface las características del proyecto que son el establecimiento de un parque de diversiones permanente y con juegos innovadores.

Además, algunas cadenas transnacionales como Walt Disney²³ han mostrado su interés en tener un parque de diversiones en Lima. En caso de que estas cadenas ingresen al mercado, los ingresos se reducirían ya que se perdería la novedad del servicio. Por esto, la principal atracción a los posibles clientes serán los precios y la diferenciación con estos parques en materia de educación ambiental y social.

En conclusión, la amenaza de nuevos competidores se verá limitada principalmente por la estadia, precios y novedad de estos. Esto implica que el parque de diversiones debe considerar estos factores e incidir en la diferenciación respecto a estos servicios para que tengan un impacto menor en las utilidades del parque.

1.2.2 Rivalidad entre competidores

En esta fuerza, se analiza la intensidad de la competencia entre las empresas del mismo sector y la influencia de esta en la generación de beneficios. En este apartado, se consideran los rivales actuales y su diferenciación con el parque de diversiones²⁴.

Actualmente, existen muy pocos parques de diversiones en Lima y estos suelen tener sedes temporales. Entre estos se encuentran Play Land Park, Coney Park y Divercity. En el caso de Play Land Park, este suele estar en diversos puntos del país por temporadas y en algunos casos no se encuentra en Lima como en el 2015²⁵.

Asimismo, los parques de diversiones actuales cuentan con espacios reducidos que no permiten la introducción de juegos novedosos en estos. Estos espacios tampoco

²² EL COMERCIO. [Fecha de consulta: 27 de febrero de 2014]. Disponible en: <<http://elcomercio.pe/economia/negocios/evenpro-park-espera-llegada-hasta-millon-visitantes-noticia-1681159>>

²³ PERÚ 21. [Fecha de consulta: 27 de enero de 2014]. Disponible en: <<http://peru21.pe/noticia/269737/walt-disney-company-quiere-invertir-peru>>

²⁴ AULA FÁCIL. [Fecha de consulta: 15 de diciembre de 2015]. Disponible en: <<http://www.aulafacil.com/cursos/120767/empresa/estrategia/estrategia-empresarial-basico/las-cinco-fuerzas-de-porter-rivalidad-entre-competidores-establecidos>>

²⁵ LA REPÚBLICA. [Fecha de consulta: 1 de mayo de 2015]. Disponible en: <<http://www.larepublica.pe/01-03-2015/play-land-park-ultimo-dia-de-adrenalina-y-diversion-video>>

permiten que haya interacción entre los clientes y la naturaleza debido a que solo cuentan con juegos mecánicos y no cuentan con muchos servicios secundarios.

En conclusión, el parque cuenta con muchas ventajas respecto a sus competidores. Con el fin de mitigar el impacto de estos se fortalecerán las diferencias con estos como la infraestructura, los juegos mecánicos y los servicios secundarios.

1.2.3 Amenaza de servicios sustitutos

En esta fuerza de Porter se analizan los servicios que posean las mismas características del parque de diversiones del proyecto y su efecto en el proyecto²⁶.

Los principales servicios sustitutos de los parques de diversiones son aquellos lugares donde se puedan compartir momentos en familia como los centros comerciales, parques zonales, zoológicos, centros de recreación, etc.

Una distinción importante del parque con sus sustitutos es el hecho de que en este proyecto se tiene previsto realizar actividades que no se han implementado anteriormente en Lima. Entre estas novedades se incluyen la implementación de montañas rusas, juegos mecánicos e interactivos, actividades en familia, entre otros. El servicio del parque será único y sin competidores directos, por lo que se tiene ventaja respecto a la propensión del cliente de ir a otro lugar.

En conclusión, la amenaza de los servicios sustitutos es menor debido a que lo más probable es que estos no se asemejen con las características fundamentales del parque. En caso se produzca la entrada de un parque con características similares, se tendrá una mayor amenaza por parte de los sustitutos pero esto se podría mitigar enfatizando el nivel y calidad de los servicios ofrecidos en el parque.

1.2.4 Poder de negociación de los proveedores

En esta fuerza de Porter se analiza el poder de los proveedores para influenciar en el precio, calidad, las especificaciones de sus productos y el costo de sus servicios²⁷.

²⁶ AULA FÁCIL. [Fecha de consulta: 15 de diciembre de 2015]. Disponible en: <http://www.aulafacil.com/cursos/l20765/empresa/estrategia/estrategia-empresarial-basico/las-cinco-fuerzas-de-porter-la-competencia-de-los-productos-sustitutivos>

²⁷ AULA FÁCIL. [Fecha de consulta: 15 de diciembre de 2015]. Disponible en: <http://www.aulafacil.com/cursos/l20769/empresa/estrategia/estrategia-empresarial-basico/las-cinco-fuerzas-de-porter-poder-de-negociacion-de-los-proveedores>

El proyecto a realizar necesita una gran cantidad de máquinas, por lo cual será necesaria la asistencia de los proveedores para las actividades de mantenimiento y compra de maquinarias y repuestos. Como no existe una gran cantidad de proveedores donde se puedan conseguir los juegos mecánicos con una excelente calidad, que cuenten con un certificado de seguridad y sean adecuadamente diseñados, el poder de negociación de los proveedores sería relativamente alto.

Además, muchas de las máquinas que se usarán para los juegos no son provistas en el mercado local y tendrían que ser importadas. Se tendrían problemas con los costos porque se tienen que incluir los impuestos y costos de importación. Por esto, se tendría que forjar un lazo fuerte entre el parque y los proveedores para tener precios más accesibles y un mejor servicio. Asimismo, cabe mencionar que para generar contratos con los proveedores se necesitará que ellos cumplan con los requerimientos y que cuenten con las especificaciones ya mencionadas.

Por otro lado, se necesitarán diversos equipos de información, monitoreo y luminarias. También, es necesario comprar artículos como uniformes, mesas, sillas, material para construcción, etc. Estos proveedores no tendrían un poder de negociación alto ya que hay un gran número de ellos en el mercado local.

En conclusión, el poder de negociación de los proveedores varía respecto a los productos que ofrecen. En caso estos sean maquinarias o repuestos de los juegos mecánicos, el poder de negociación de los proveedores será alto y en caso sean equipos de información o artículos diversos, su poder de negociación será bajo.

1.2.5 Poder de negociación de los consumidores

En la última fuerza de Porter a desarrollar, se analiza el poder los consumidores en los precios, calidad y nivel de atención del servicio²⁸.

El proyecto será un espacio nuevo en Lima ya que no hay competidores que tengan las mismas capacidades y novedades de este. Por esto, los clientes no tendrían otro lugar al cual ir si quieren disfrutar de un parque de diversiones con tecnología novedosa y de excelente calidad sin viajar a lugares lejanos de Lima.

²⁸ AULA FÁCIL. [Fecha de consulta: 15 de diciembre de 2015]. Disponible en: <<http://www.aulafacil.com/cursos/120768/empresa/estrategia/estrategia-empresarial-basico/las-cinco-fuerzas-de-porter-poder-de-negociacion-de-los-compradores>>

También, al ser el parque un espacio nuevo en Lima, este se convertiría en un foco turístico para las poblaciones cercanas. Por esto, también se tendría que pensar extensivamente en las necesidades de los clientes turistas. Por esto, se necesita mantener los precios en un nivel bajo para que puedan ser accesibles y se tenga la capacidad de atraer la mayor cantidad de personas posible.

En conclusión, el poder de negociación de los consumidores es moderado. Por un lado, al no haber un espacio parecido en Lima, se tendrá un monopolio respecto a los parques de diversiones en la ciudad. Sin embargo, si se presenta un costo muy alto de las entradas y de los servicios, no se podría tener la cantidad de visitas esperadas debido a que este incidiría en esta directamente.

1.3 Planeamiento estratégico

En esta sección se definirán la misión, visión y objetivos de la empresa. Asimismo, se detallarán las estrategias a emplear en el proyecto.

1.3.1 Visión

Ser el parque de diversiones líder en la ciudad de Lima, fomentando una buena atención en los servicios ofrecidos, una excelente relación con los clientes y la población en general y fomentando conciencia ambiental y social con ellos.

1.3.2 Misión

Realizar un parque de diversiones en el que se ofrezcan servicios novedosos y de calidad enfatizando las relaciones con los clientes, la población y el medio ambiente.

1.3.3 Análisis FODA

Este análisis nos permite saber la situación actual del mercado y contribuye a la toma de decisiones en el proyecto. Se analizan los factores internos y externos considerando la ponderación de estos por su importancia. En la Tabla 4 se muestran los puntajes a considerar.

Tabla 4: Tabla de puntuación de los factores internos y externos

Nivel	Puntaje
Factor muy positivo	4
Factor positivo	3
Factor negativo	2
Factor muy negativo	1

Elaboración propia.

Luego de considerar los puntajes de los factores, se evalúan los factores internos y externos. Se considera un peso por cada factor y se realiza una ponderación considerando el peso y puntaje del factor. De esta manera, se detalla la matriz de evaluación de factores internos (Tabla 5) y externos (Tabla 6).

Tabla 5: Matriz de evaluación de factores internos

Elemento	Factores internos	Peso	Puntaje	Ponderación
Fortalezas	Local grande, con un excelente diseño e infraestructura.	20%	4	0.8
	Ubicación en una ciudad sin espacios parecidos.	15%	3	0.45
	Compromiso con el medio ambiente y valores.	10%	3	0.3
	Diversidad de servicios y juegos interactivos.	10%	3	0.3
	Excelente atención y calidad de los servicios.	10%	3	0.3
Debilidades	Elevado monto de la inversión inicial.	12%	1	0.12
	Desconfianza en la seguridad y calidad del parque.	8%	2	0.16
	Posibles daños a las personas en los juegos.	6%	1	0.06
	Uso de alta cantidad de materiales y máquinas.	4.50%	2	0.09
	Gran uso de energía por la actividad de los juegos.	4.50%	2	0.09
TOTAL		100%		2.67

Elaboración propia.

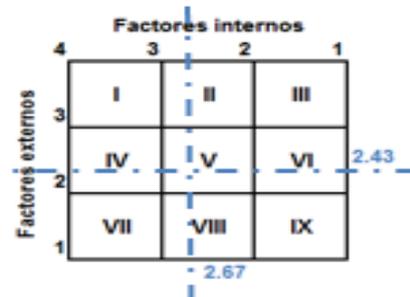
Tabla 6: Matriz de evaluación de factores externos

Elemento	Factores internos	Peso	Puntaje	Ponderación
Oportunidades	Exigencias del mercado limeño.	16%	4	0.64
	Crecimiento de la población de Lima.	8%	3	0.24
	Crecimiento económico de la población de Lima.	8%	3	0.24
	Búsqueda de nuevos espacios de diversión.	10%	3	0.3
Amenazas	Inauguración de nuevos parques de diversiones.	18%	2	0.36
	Precios mayores al de los sustitutos.	10%	2	0.2
	Poca disponibilidad de terrenos de gran tamaño.	15%	1	0.15
	Problemas con el financiamiento del proyecto.	15%	2	0.3
TOTAL		100%		2.43

Elaboración propia.

Con las ponderaciones obtenidas se procede a realizar la matriz interna-externa. En la Tabla 7 se observa que la intersección de las ponderaciones se encuentra en el cuadrante V. Por esto, se tendría que dar prioridad a las estrategias de desarrollo de mercado. Luego, se procede a realizar la matriz FODA (Tabla 8), donde se indican las estrategias a emplear.

Tabla 7: Matriz interna-externa



Elaboración propia.

Tabla 8: Matriz FODA

Matriz FODA	Fortalezas	Debilidades
	Local grande, con un excelente diseño e infraestructura.	Elevado monto de la inversión inicial.
	Ubicación en una ciudad sin espacios parecidos.	Desconfianza en la seguridad y calidad del parque.
	Compromiso con el medio ambiente y valores.	Posibles daños a las personas en los juegos.
	Diversidad de servicios y juegos interactivos.	Uso de alta cantidad de materiales y máquinas.
Excelente atención y calidad de los servicios.	Gran uso de energía por la actividad de los juegos.	
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
Exigencias del mercado limeño.	Elaborar una estrategia de promoción y publicidad enfocada a promover la novedad del servicio. Promover el compromiso social y ambiental del parque.	Promover la calidad y seguridad de los servicios del parque. Usar alternativas eficientes de energía.
Crecimiento de la población de Lima.		
Crecimiento económico de la población de Lima.		
Búsqueda de nuevos espacios de diversión.		
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
Inauguración de nuevos parques de diversiones.	Elaborar una estrategia de diferenciación al promover el diseño ecológico del local. Encontrar un terreno disponible en una zona estratégica de la capital.	Evaluar las instalaciones con el fin de elaborar un plan de seguridad. Elaborar una política de financiamiento y hallar una propuesta adecuada para el capital inicial.
Precios mayores al de los sustitutos.		
Poca disponibilidad de terrenos de gran tamaño.		
Problemas con el financiamiento del proyecto.		

Elaboración propia.

Luego, se procede a evaluar las estrategias en la Matriz Cuantitativa de Estrategias²⁹. Para realizar esta evaluación, se otorgan puntuaciones a los impactos de las estrategias en los factores internos y externos. Estas puntuaciones dependen del nivel del impacto y están detalladas en la Tabla 9.

Tabla 9: Tabla de puntuación de los impactos

Nivel	Puntuación
Muy alto	4
Alto	3
Medio	2
Bajo	1

Elaboración propia.

Luego, las estrategias se diferencian entre principales y secundarias por su puntaje. El detalle de estas se encuentra en la Tabla 10.

Tabla 10: Matriz de estrategias

Estrategias	Puntaje
Principales	
Elaborar una estrategia de promoción y publicidad enfocada a promover la novedad del servicio.	109
Elaborar una estrategia de diferenciación al promover el diseño ecológico del local.	101
Promover el compromiso social y ambiental del parque.	94
Encontrar un terreno disponible en una zona estratégica de la capital.	86
Secundarias	
Promover la calidad y seguridad de los servicios del parque.	69
Evaluar las instalaciones con el fin de elaborar un plan de seguridad.	66
Usar alternativas eficientes de energía.	59
Elaborar una política de financiamiento y hallar una propuesta adecuada para el capital inicial.	56

Elaboración propia.

²⁹ Ver Anexo 1: Matriz Cuantitativa de Estrategias

1.3.4 Estrategias genéricas

Luego de analizar las estrategias, se considera más conveniente aplicar la estrategia de diferenciación. Esta se enfocaría en los parques de diversiones que hay en Lima en la actualidad y los posibles sustitutos como los zoológicos, parques zonales, etc.

La estrategia a emplear se debe a que el parque de diversiones es un espacio novedoso e innovador en Lima. Al no contar con competidores o sustitutos directos, se aprovechará esta ventaja competitiva en la publicidad y promoción del servicio. También, es primordial la diferenciación con posibles competidores en materias acerca de conciencia ambiental, social, calidad y atención del cliente.

De esta manera, la estrategia de diferenciación permitirá a la población conocer las ventajas, valores y objetivos del parque de diversiones. Asimismo, se fomentará la excelente atención que existe en el recinto y el diseño ecológico del parque.

1.3.5 Objetivos organizacionales

En la Tabla 11 se detallan los objetivos organizacionales del proyecto.

Tabla 11: Objetivos organizacionales

Perspectiva	Objetivo estratégico	Descripción	Meta
Oportunidades	Periodo de recuperación	Periodo en el que se recupera la inversión inicial del proyecto.	8 años
	Plazo del proyecto	Plazo establecido para el desarrollo del proyecto.	20 años
	Utilidad Neta	Porcentaje de utilidad neta anual sobre las ventas.	20%
Del cliente	Satisfacción del cliente	Resultado de una encuesta elaborada a la salida del parque. En esta se contabilizará la cantidad de clientes satisfechos.	$\geq 90\%$ (del total de encuestados)
Proceso interno	Seguridad del parque	Número de accidentes en las instalaciones.	≤ 5 (anuales)
	Mantenimiento y calidad de los equipos	Número de equipos defectuosos.	≤ 5 (anuales)
	Mantenimiento de la infraestructura	Cantidad de bienes dañados en las instalaciones.	≤ 1 (anuales)
De los trabajadores	Satisfacción del trabajador	Resultado de una encuesta elaborada por todo el personal. Mide el nivel de satisfacción de los trabajadores con sus labores. La escala a usar es del 1 al 10.	≥ 8
	Desempeño del trabajador	El desempeño se mide por medio de una evaluación al personal realizada a fines de año. La escala a usar es del 1 al 10.	≥ 8

Elaboración propia.

CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO

En este capítulo se define el público objetivo y se estudia la oferta y la demanda. También, se definen los servicios del parque y se establece el marketing mix.

2.1 Aspectos generales

En esta sección se desarrollarán las características de los consumidores y se detallará el servicio y sus principales componentes.

2.1.1 El consumidor

El perfil de los consumidores se define en base a la situación actual de la población de Lima y por medio de una encuesta realizada en la ciudad de Lima.

Situación de la población de Lima Metropolitana

Para conocer la situación de la población limeña se analizarán las estadísticas actuales respecto al género, edad y zona de residencia del reporte “Una Mirada a Lima Metropolitana” del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)³⁰.

1. Género de la población de Lima Metropolitana

En el Gráfico 9 se observa que el 48,7% de la población son hombres y el 51,3% son mujeres. Esto indica que por cada 95 hombres hay 100 mujeres.

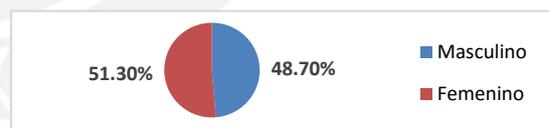


Gráfico 9. Género de la población
Elaboración propia.

2. Edad de la población de Lima Metropolitana

En el Gráfico 10 se aprecia que el 70% de la población es mayor de 18 años. Esta información se usará para realizar rangos de precios por edad.

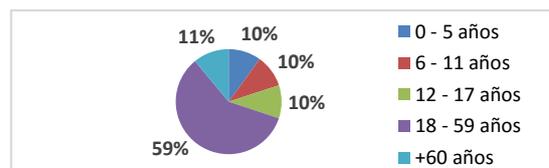


Gráfico 10. Edad de la población
Elaboración propia.

³⁰ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA. [Fecha de consulta: 30 de diciembre de 2015]. Disponible en: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1168/libro.pdf>

3. Zona de residencia de la población de Lima Metropolitana

En el Gráfico 11 se observa que la mayoría de la población de Lima reside en Lima Este y Lima Norte. En la localización del parque se tendrá en cuenta este factor para tener mayor cercanía a la mayor parte de la población.

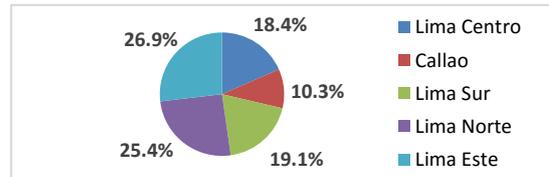


Gráfico 11. Zona de residencia de la población
Elaboración propia.

La información del informe de INEI se complementa con la información presentada anteriormente en el Capítulo 1, respecto al ingreso promedio, NSE de la población y otros indicadores importantes como la PEA y tasa de desempleo.

Luego de analizar la información de la coyuntura actual de la población de Lima, se procede a realizar una encuesta con el fin de analizar el interés de la población en un parque de diversiones y conocer sus preferencias y comportamiento.

Encuesta

Esta encuesta, realizada en distintos puntos de la ciudad de Lima, consta de un formulario de preguntas³¹. La cantidad de personas encuestadas se halló con la siguiente fórmula para una población finita³²:

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{\alpha^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Dónde:

N = Población total de Lima Metropolitana (9'752,000 habitantes en 2015³³)

z = Valor estándar para intervalo de confianza de 95% ($\alpha = 0.05$ y $z = 1.645$)

p = Probabilidad estimada (0.5)

q = Probabilidad estimada (0.5)

α = Error en la estimación (0.05)

³¹ Ver Anexo 2: Encuesta

³² LIND, Douglas, William G. MARCHAL y Samuel A. WATHEN. Estadística aplicada a los negocios y la economía. Nueva York. McGraw-Hill, 2014.

³³ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA. [Fecha de consulta: 30 de diciembre de 2015]. Disponible en: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones/publicaciones_digitales/Est/Lib1168/libro.pdf>

Reemplazando los valores en la ecuación, se obtiene que $n = 271$. Por lo tanto se encuestarán a 271 personas en total en la ciudad de Lima Metropolitana.

Resultados de la encuesta

La encuesta consta de 11 preguntas que se definieron por su importancia en el análisis del público objetivo y con el fin de contar con la mayor cantidad de información confiable. A continuación, se muestran los resultados recolectados.

1. Lugares de diversión que suele frecuentar

Un porcentaje alto de encuestados respondió que los centros comerciales son su principal lugar de diversión que suelen frecuentar. Por detrás se encuentran los parques zoológicos, centros recreacionales y parques zonales.

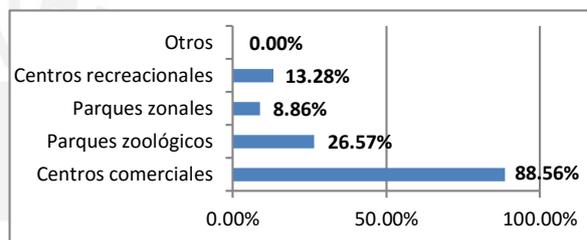


Gráfico 12. Lugares de diversión más frecuentados por los encuestados
Elaboración propia.

2. ¿Con quiénes suele frecuentar lugares de entretenimiento?

En el Gráfico 13 se observa que la gran mayoría suele salir con sus familias, seguido por sus amigos y luego como parte de excursiones grupales o por otras personas como sus parejas o compañeros de clase o trabajo.

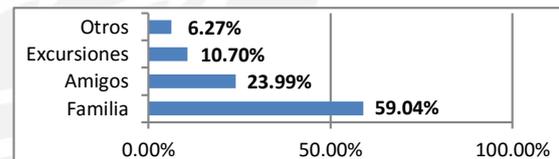


Gráfico 13. ¿Con quiénes suele frecuentar lugares de entretenimiento?
Elaboración propia.

3. ¿Ha visitado alguna vez un parque de diversiones?

La mayoría ha visitado alguna vez en su vida un parque de diversiones. Estos datos permitirán analizar si las personas son familiares a este tipo de espacios y sus expectativas respecto al parque.

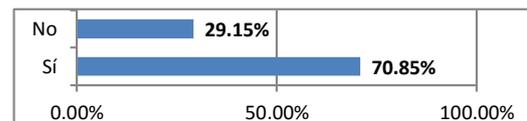


Gráfico 14. ¿Ha visitado alguna vez un parque de diversiones?
Elaboración propia.

4. Número de veces que ha visitado un parque de diversiones (por año)

En esta pregunta se cuantifica la cantidad de veces que se ha visitado un parque de diversiones en los últimos 2 años. La mayoría solo ha visitado una vez en los últimos 2 años un parque de diversiones. Luego, hay una proporción menor de encuestados que ha ido entre 2 o 3 o más de 5 veces en los últimos 2 años.

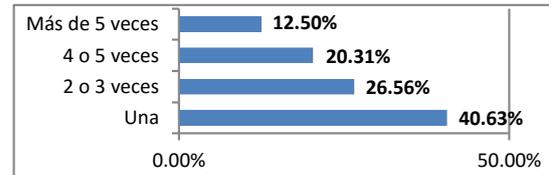


Gráfico 15. Número de visitas a un parque de diversiones (por año)
Elaboración propia.

5. Atracciones que más le llamaron la atención

La mayoría considera a los juegos mecánicos y recreacionales como las principales atracciones de los parques de diversiones. Asimismo, se los espectáculos son otra atracción muy importante y se tendría que dar un mayor énfasis en la realización de estos en el parque.

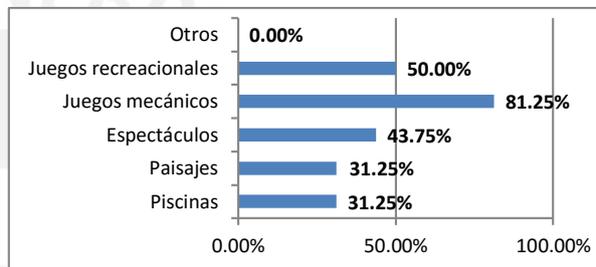


Gráfico 16. Atracciones que más llamaron la atención de los encuestados
Elaboración propia.

6. Lugar donde se encuentran los parques de diversiones que visitó

Hay una proporción similar de personas que ha visitado un parque de diversiones en el Perú y en el extranjero. Solo las personas que respondieron Sí en la pregunta 3 tenían que responder esta.

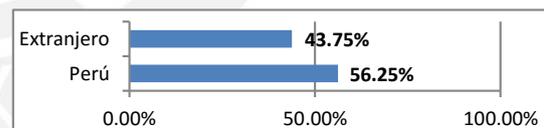


Gráfico 17. Lugares donde se encuentran los parques que visitó
Elaboración propia.

7. ¿Le interesa contar con un parque de diversiones en Lima?

En el Gráfico 18 se observa que hay un gran interés por contar con un parque de diversiones en Lima.

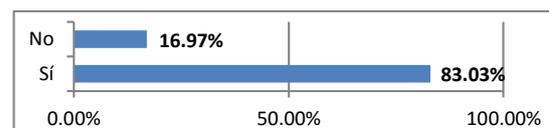


Gráfico 18. Interés por contar con un parque de diversiones en Lima
Elaboración propia.

8. ¿Cómo describiría la situación de los parques de diversiones en Lima?

En el Gráfico 19 se observa que la mayoría considera que la situación de los parques de diversiones en Lima es de muy mala a regular. Esto es una ventaja, ya que se cambiará esta percepción ofreciendo un servicio de primera.

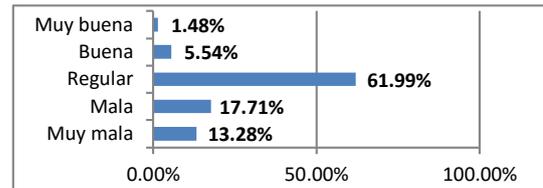


Gráfico 19. Percepción de la situación de los parques de diversiones en Lima
Elaboración propia.

9. Aspectos que considera más importantes en un parque de diversiones

Los aspectos considerados más importantes son la variedad de juegos, la buena atención y calidad de los servicios, la infraestructura del parque y los precios bajos. También son relevantes el ambiente y el tamaño del local.

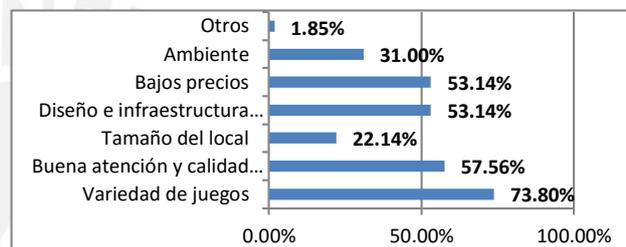


Gráfico 20. Aspectos que considera más importantes en un parque de diversiones
Elaboración propia.

10. Gasto promedio en un parque de diversiones

En el Gráfico 21 se aprecia que la mayor parte de los encuestados gasta entre S/. 75 a S/. 100 y entre S/. 50 a S/. 75 en su estadía en el parque. Esta información será importante para hallar el gasto promedio de los visitantes del parque.

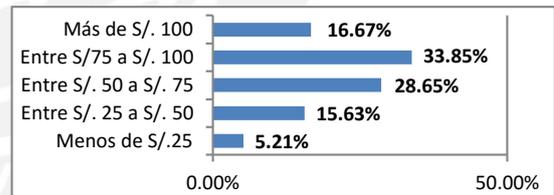


Gráfico 21. Gasto promedio en un parque de diversiones
Elaboración propia.

11. ¿Considera importante implementar programas educativos en el parque?

La mayoría considera esencial aplicar programas educativos en el parque. Esto se explica en el hecho que existen diversos problemas en la ciudad como la falta de limpieza pública y cultura ciudadana³⁴.

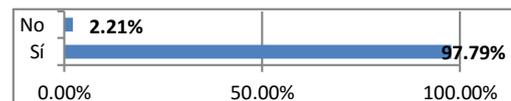


Gráfico 22. Percepción de la importancia de implementar programas educativos en el parque
Elaboración propia.

³⁴ LIMA COMO VAMOS. [Fecha de consulta: 18 de enero de 2015]. Disponible en: <<http://www.limacomovamos.org/cm/wp-content/uploads/2015/01/EncuestaLimaComoVamos2014.pdf>>

Luego de analizar los resultados de la población en general y la encuesta, se procede a definir el perfil del consumidor.

Perfil del consumidor

El cliente del parque de diversiones será parte de la población de Lima, debe mostrar interés por visitar un parque de este tipo y debe poder solventar los gastos que acarrea este servicio. Asimismo, debe ser una persona que guste de visitar centros de entretenimiento con sus seres queridos o familiares ya que uno de los objetivos del parque es juntar a las personas y que estas pasen momentos de diversión juntos.

Respecto al gasto que suponen los servicios del parque, se denota necesario separar al consumidor por el NSE al que pertenece ya que es muy difícil que una persona perteneciente al NSE D y E pueda solventar los costos del servicio. Esto se debe a que el parque de diversiones es un proyecto muy grande y complejo y lo más previsible es que no tenga un precio accesible para estas personas.

Por otro lado, cabe indicar que la edad y el género no suponen factores de diferenciación respecto al perfil del consumidor. Además, se manejarán rangos de precios por edad y por tipos de visita, que podrían ser visitas en familia o amigos o excursiones de centros de estudio.

Además, se considerará complementario el interés de la clientela en programas de educación ambiental y social. Esto se debe a pesar de que estos programas son factores de diferenciación del parque, no necesariamente los clientes visitarán el parque de diversiones por estos programas.

En la Tabla 12 se resume el perfil del consumidor del parque de diversiones:

Tabla 12: Perfil del consumidor

Perfil del consumidor
- Reside en Lima Metropolitana.
- Pertenece a los NSE A, B y C.
- Gusta de visitar lugares de diversión con su familia, amigos o colegas.
- Presenta interés en visitar un parque de diversiones.
- Gusta de los juegos mecánicos y la naturaleza.
- Presenta interés en servicios secundarios que complementen al principal.
- Presenta interés en programas de educación ambiental y social (opcional).

Elaboración propia.

2.1.2 Servicios

El servicio principal del parque es el uso de los juegos mecánicos que se encuentran en el local. Asimismo, se ofrecerán servicios secundarios como la venta de platos populares o típicos del Perú, visitas guiadas, juegos en tiendas pequeñas, talleres de educación ambiental, espectáculos, entre otros. Estos servicios se ofrecerán en el horario de atención de 10 am a 10 pm y los servicios secundarios serán implementados progresivamente con el fin de disminuir la cantidad de inversión inicial. A continuación, se detallan los servicios que van a ser ofrecidos en el parque.

- **Servicio de juegos mecánicos**

Este es el principal servicio del proyecto y consiste en la atracción de los juegos mecánicos del parque. Estos serán muy variados y diseñados con el fin de pasar momentos agradables y divertidos con amigos o seres queridos. Asimismo, dentro de este servicio también se considerarán los juegos interactivos y/o temáticos que contarán con un estudio de diseño y

Tabla 13: Juegos mecánicos

Juegos mecánicos
Montaña rusa
Tobogán
Carros chocones
Castillo embrujado
Juegos temáticos
Juegos educativos

Elaboración propia.

viabilidad antes de ser ofrecidos a los clientes. Entre los juegos mecánicos presentes en el parque se pueden encontrar los siguientes: montañas rusas, carros chocones, toboganes, entre otros. Algunos de estos juegos se pueden apreciar en la Tabla 13.

- **Servicio de venta de comida**

Este servicio es secundario y tiene cierta dependencia respecto al servicio anterior ya que los clientes no van a consumir necesariamente dentro del parque. Por esto, será importante que el parque cuente con muchas distracciones que permitan retener a los clientes por un tiempo prolongado para que puedan consumir dentro de este.

El servicio de venta de comida consistirá en la venta de platos típicos o populares del Perú a través de restaurantes o locales que se encuentren en el patio de comidas. Este estará localizado en un punto central del parque para que los clientes puedan tener acceso a los platos de su preferencia sin tener que caminar

Tabla 14: Venta de comida

Venta de comida
Comida típica del Perú
Comida popular
Fast food
Comida variada

Elaboración propia.

distancias extensas. Además, se contarán con puestos de comida rápida y variada.

- **Servicio de visitas guiadas en el parque**

Este servicio consiste en paseos organizados con un guía y estará enfocado principalmente a los visitantes que tengan condición de turistas. El servicio se realizará de la siguiente manera: Se organizarán paneles donde se especifiquen la cantidad de personas participantes, horarios de las visitas y el tiempo de duración de las visitas. Las personas interesadas podrán inscribirse en las oficinas del parque y luego de inscribirse, serán asignadas con alguno de los guías y sus respectivos grupos.

Tabla 15: Visitas guiadas

Visitas guiadas
Visitas de turistas
Visitas de adultos mayores
Visitas de familias

Elaboración propia.

Este servicio tiene como fin dar a conocer las atracciones del parque e impartir conciencia ambiental en las personas. Además, al ser un servicio enfocado a turistas, se logrará que estos conozcan la cultura y las costumbres de la población peruana.

- **Servicio de juegos en tiendas pequeñas**

Este servicio tiene como fin entretener a los clientes con juegos cortos y simples en los cuales puedan obtener premios relativos a su desempeño. Estos juegos se encontrarán en todo el parque, ya que servirán como una pequeña distracción a las personas que se dirigen a ciertos lugares del parque como algún juego mecánico, el patio de comidas o los escenarios de espectáculos.

Tabla 16: Juegos en tiendas

Juegos en tiendas
Dardos
Sapo
Acertijos
Arcade

Elaboración propia.

- **Servicio de talleres de educación**

Este servicio consistirá en talleres en los que se impartirán conceptos de educación ambiental y social manejando la teoría con la práctica. Su público objetivo serán niños y adolescentes, pero podrán participar las personas que deseen. Al igual que las visitas guiadas, se mostrarán los horarios de los talleres en paneles y el método de inscripción será igual. Estos talleres contarán con un grupo de trabajadores que se encargarán de educar a los alumnos de una manera divertida al incidir en la práctica de los buenos hábitos y las consecuencias que tendrían en el ambiente.

Tabla 17: Talleres de educación

Talleres de educación
Educación ambiental
Educación social

Elaboración propia.

- **Servicio de espectáculos**

Consiste en realizar espectáculos artísticos en un centro de convenciones en el parque. Asimismo, cabe indicar que los espectáculos a realizar podrán tener un costo extra a pagar en las boleterías o ser gratuitos. Los espectáculos a realizar se detallan en la Tabla 18.

Tabla 18: Espectáculos

Espectáculos
Conciertos
Números artísticos
Muestras de arte
Danzas típicas

Elaboración propia.

A continuación, se presenta el resumen de los servicios ofrecidos en el parque de diversiones en la Tabla 19.

Tabla 19: Servicios del parque de diversiones

Servicio	Descripción
Servicio de juegos mecánicos	<ul style="list-style-type: none"> - Es el principal servicio del proyecto y consiste en la atracción que representan los juegos mecánicos ofrecidos. - Dentro de este servicio también se consideran los juegos interactivos y/o temáticos. - Entre los juegos mecánicos presentes en el parque se encuentran montañas rusas, carros chocones, toboganes, etc.
Servicio de venta de comida	<ul style="list-style-type: none"> - Consiste en la venta de platos típicos o populares del Perú. - Las ventas se realizarán a través de restaurantes o pequeños locales en el patio de comidas del parque. - También se contarán con puestos de comida rápida y variada.
Servicio de visitas guiadas en el parque	<ul style="list-style-type: none"> - Consiste en paseos organizados que cuenten con la presencia de un guía y estarán enfocadas principalmente a los turistas. - Tiene como fin dar a conocer a las personas las atracciones del parque e impartir conciencia ambiental entre los clientes.
Servicio de juegos en tiendas pequeñas	<ul style="list-style-type: none"> - Tiene como fin entretener a los clientes en juegos cortos y simples en los cuales puedan obtener premios por su desempeño. - La localización de estos juegos será en todo el parque, ya que tienen como fin servir como una pequeña distracción.
Servicio de talleres de educación	<ul style="list-style-type: none"> - Son talleres en los que se impartirán conceptos de educación ambiental y social manejando la teoría con la práctica. - Consiste en educar a los alumnos en la práctica de los buenos hábitos y las consecuencias de estos en el ambiente.
Servicio de espectáculos	<ul style="list-style-type: none"> - Son espectáculos artísticos realizados en el centro de convenciones del parque del diversiones. - Los espectáculos a realizar podrán tener un costo extra a pagar en las boleterías o podrán ser gratuitos.

Elaboración propia.

Además, con el fin de analizar el grado de satisfacción de los clientes con los servicios se realizará una Encuesta Post-Servicio³⁵. Esta encuesta será ofrecida a los clientes a la salida del parque de diversiones y es de carácter opcional.

³⁵ Ver Anexo 3: Encuesta Post-Servicio

2.2 Análisis de la demanda

En esta sección se desarrollará la demanda histórica y proyectada del proyecto.

2.2.1 Demanda histórica

Para el proyecto no se cuentan con datos precisos para definir la demanda histórica en un periodo mayor de 1 año. Por esto, se ha determinado usar la información de la encuesta para proyectar la demanda del proyecto. A partir de estos datos, se analizará la información con el fin de estimar el pronóstico del proyecto. Este análisis y las premisas para el pronóstico se detallan en la sección de demanda proyectada.

En el caso de la demanda histórica, se estimará la demanda potencial del año 0 en base a los datos de la encuesta, la población de Lima Metropolitana, el porcentaje de la población con NSE A, B y C, el porcentaje de la población interesada en contar con un parque de diversiones y la frecuencia de visitas al año. Esta información se obtiene de datos de INEI, APEIM, CPI y la encuesta. Asimismo, se precisa que los datos del año 0 del proyecto serán los reportados por estos estudios hasta el 2015.

La demanda obtenida se separará en componentes por edad y tipos de visita que se definieron anteriormente en la encuesta. De esta manera, se podrá analizar de una forma más precisa los ingresos del parque ya que se determinarán los precios de visita por edad y por tipo de visita³⁶.

Se procede a estimar la demanda del año 0 con la siguiente fórmula:

$$Demanda\ histórica = (Pob) * (\%PobABC) * (\%Int) * (Vis)$$

Dónde:

Pob = Población de Lima Metropolitana (9'752,000 habitantes en el año 2015³⁷)

%ABC = Porcentaje de la población de Lima de los NSE A, B y C (65,6% en 2015³⁸)

%Int = Porcentaje de población interesada en un parque de diversiones (83,03%³⁹)

Vis = Frecuencia de visitas al año⁴⁰

³⁶ Ver Capítulo II: Sección 2.6.3. Precio

³⁷ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA. [Fecha de consulta: 30 de diciembre de 2015]. Disponible en: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1168/libro.pdf>

³⁸ APEIM. [Fecha de consulta: 20 de diciembre de 2015]. Disponible en: <<http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2015.pptx>>

³⁹ Ver Capítulo II: Sección 2.1.1. Encuesta – Pregunta 7

⁴⁰ Ver Capítulo II: Sección 2.2.1. Frecuencias de visitas al año

En la fórmula empleada se conocen los parámetros mencionados a excepción de frecuencia de visitas al año, el cual se estimará a continuación:

Frecuencia de visitas al año

Se estima la cantidad de visitas al año con los datos obtenidos por medio de la encuesta. Los datos de las encuestas se basan en visitas realizadas en los 2 últimos años y la estimación de la frecuencia de visitas se realiza por medio de un promedio ponderado entre el porcentaje de personas por su promedio de visitas por rango.

$$\text{Número de visitas al año} = \frac{\sum_{i=1}^5 X_i * R_i}{P_i} = \frac{(1 * 0.406 + 2.5 * 0.26 + 4.5 * 0.203 + 5 * 0.125)}{2} = 1.3$$

Donde:

X_i : Promedio de visitas en el rango i ($i = 1, 2, 3, 4$ o 5)

R_i : % de personas cuyo promedio de visitas se encuentra en el rango i

P_i : Periodo de visitas (2 años)

La frecuencia de visitas podrá aumentar por la cercanía del parque a la ciudad. Sin embargo, se usará el dato obtenido en la encuesta con el fin de contar con pronósticos más conservadores.

Análisis de la demanda histórica

Luego de contar con los datos necesarios, se procede a estimar la demanda histórica del año 0 en su totalidad y se presenta en la Tabla 20.

Tabla 20: Demanda histórica del proyecto

	Año 0
Población de Lima Metropolitana	9,752,000
Porcentaje de la población perteneciente a los NSE A, B y C	65.60%
Porcentaje de personas que le interesa contar con un parque de diversiones	83.03%
Frecuencia de visitas al año	1.30
Demanda histórica	6,905,194

Elaboración propia.

A continuación, se estiman los componentes de la demanda histórica. Para esto se presenta la siguiente fórmula para estimar la demanda por tipo de visita:

$$\text{Cantidad de visitas por tipo} = (\text{Demanda histórica}) * (\% \text{Tipo de visita})$$

Dónde:

Tipo de visita = Visita con familia, amigos, de excursión y otras visitas

Asimismo, se detalla la fórmula a emplear para estimar la cantidad de tipos de visitas por rango de edad.

$$\text{Cantidad de tipos de visita por edad} = (\text{Cantidad de visitas por tipo}) * (\% \text{Rango de edad})$$

Luego, se presenta la Tabla 21 con los componentes de la demanda.

Tabla 21: Componentes de la demanda histórica

Componente de la demanda	0 - 5 años	6 - 11 años	12 - 17 años	18 - 59 años	+ 60 años	TOTAL
Visitas en familia	407,683	407,683	407,683	2,405,328	448,451	4,076,827
Visitas con amigos	165,656	165,656	165,656	977,368	182,221	1,656,556
Visitas de excursiones	73,886	73,886	73,886	435,925	81,274	738,856
Otras visitas	43,296	43,296	43,296	255,444	47,625	432,956
TOTAL	690,519	690,519	690,519	4,074,064	759,571	6,905,194

Elaboración propia.

2.2.2 Demanda proyectada

La demanda proyectada es la demanda que se presentarán en los 20 años del proyecto. En este caso, se proyectará la demanda en los próximos 20 años con la tasa de crecimiento poblacional en Lima Metropolitana, se empleará una tasa de 1.30% para el periodo 2015 - 2025 y 1.20% para el periodo 2026 - 2035⁴¹.

En esta proyección solo se empleará la tasa de crecimiento poblacional para obtener pronósticos conservados ya que también existen otras tasas que afectan a la demanda. Entre estas tasas se encuentran la frecuencia de visitas, el interés en visitar el parque y los cambios en los NSE.

Asimismo, se indica que los pronósticos a presentar son conservadores ya que es muy probable que la frecuencia de visitas, el nivel de los NSE A, B y C y el interés por visitar el parque aumenten en el futuro. Respecto a la frecuencia de visitas, esta aumentaría ya que la población contará con un parque de diversiones más cercano

⁴¹ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA. [Fecha de consulta: 18 de enero de 2015]. Disponible en: <http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1157/libro.pdf>

a sus hogares y la visita a este será rápida y cómoda. En relación a los NSE, la tendencia que se presenta en la actualidad es el rápido crecimiento de los NSE A, B y C y esta tendencia podría continuar en el futuro. Por último, respecto al interés en visitar el parque, este tendrá mucha relación con la promoción y publicidad del parque, las condiciones de este y los juegos ofrecidos.

En conclusión, la demanda a pronosticar será conservadora por solo considerar un factor de crecimiento de los 4 presentados anteriormente. Asimismo, la fórmula para pronosticar la demanda es la siguiente:

$$Demanda\ año_i = (Demanda\ año_{i-1}) * (Tasa\ año_i / año_{i-1})$$

Dónde:

Demanda año i = Demanda del año siguiente

Demanda año $i-1$ = Demanda del año anterior

Tasa año i / año $i-1$ = Tasa de crecimiento del año i respecto al año $i-1$

A continuación, se presenta la demanda pronosticada en el horizonte del proyecto en la Tabla 22 y 23. El detalle de esta proyección se presenta en el Anexo 4⁴².

Tabla 22: Demanda proyectada del año 1 al año 10

Demanda proyectada	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
TOTAL	6,994,961	7,085,896	7,178,012	7,271,326	7,365,854	7,461,610	7,558,611	7,656,873	7,756,412	7,857,245

Elaboración propia.

Tabla 23: Demanda proyectada del año 11 al año 20

Demanda proyectada	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
TOTAL	7,951,532	8,046,951	8,143,514	8,241,236	8,340,131	8,440,213	8,541,495	8,643,993	8,747,721	8,852,694

Elaboración propia.

2.3 Análisis de la oferta

En esta sección se analizará la oferta actual mediante el análisis de la competencia, la oferta histórica y la oferta proyectada a lo largo del horizonte del proyecto.

⁴² Ver Anexo 4: Detalle de la demanda proyectada

2.3.1 Análisis de la competencia

Actualmente no existen competidores directos que puedan afectar las actividades del parque de diversiones pero sí existen servicios o lugares sustitutos. Entre estos se incluyen a los parques zoológicos, centros recreacionales, parques zonales, entre otros. Estos sustitutos serán amenazas leves debido a que lo más probable es que estos no se asemejen con las características fundamentales del parque. Por esto, es muy probable que no lleguen a satisfacer las necesidades del público objetivo.

En Lima existen 2 grandes zoológicos que son el Parque de las Leyendas y el Parque Zoológico Huachipa. El Parque de las Leyendas fue el primer zoológico construido en Lima y posee una extensión de 97 hectáreas. Cuenta con 53 sitios arqueológicos y alrededor de 1700 animales de más de 200 especies⁴³. En este espacio se combina la ecología, arqueología, educación y entretenimiento de manera satisfactoria. Por otro lado, el Parque Zoológico Huachipa cuenta con un espacio de 7,5 hectáreas⁴⁴, 1000 animales pertenecientes a 200 especies y más de 600 especies de plantas⁴⁵. Ambos zoológicos cuentan con servicios adicionales como servicios de comida, visitas guiadas, espectáculos, etc. Por esto, se complementará el servicio principal con otros secundarios semejantes a los ofrecidos en estos parques.

Los centros recreacionales mayormente se ubican en el distrito de Lurigancho - Chosica, donde se hallan 41 de estos⁴⁶. Una ventaja importante del parque con estos centros es que la distancia a recorrer por parte de los clientes será menor para encontrar un lugar donde ellos puedan tener momentos de entretenimiento o relajación. En conclusión, la amenaza de estos sustitutos se reduce conforme el parque satisfaga las necesidades del público objetivo y sea más cercano a este.

Los parques zonales son administrados por el Servicio de Parques de la Municipalidad de Lima (SERPAR) y actualmente hay 9 de estos en Lima⁴⁷. Son espacios de encuentro cuyo objetivo es cumplir el rol de espacios culturales, ecológicos y artísticos en la ciudad, que son espacios que no cuentan con mucha

⁴³ EL COMERCIO. [Fecha de consulta: 04 de enero de 2015]. Disponible en: <http://elcomercio.pe/lima/ciudad/50-anos-parque-leyendas-noticia-1716107>>

⁴⁴ UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS. [Fecha de consulta: 20 de noviembre de 2014]. Disponible en: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/human/chuquillanqui_vn/chuquillanqui_vn.pdf>

⁴⁵ LIMA EASY. [Fecha de consulta: 20 de noviembre de 2014]. Disponible en: <http://www.limaeasy.com/have-fun-in-lima/zoos-in-lima/parque-zoologico-huachipa>>

⁴⁶ CHOSICA. [Fecha de consulta: 20 de noviembre de 2013]. Disponible en: <http://www.chosica.com/directorio/campestres>>

⁴⁷ SERVICIO DE PARQUES DE LIMA. [Fecha de consulta: 04 de enero de 2015]. Disponible en: <http://www.serpar.gob.pe/category/parques-zonales/>>

presencia en la capital⁴⁸. En este proyecto se contará con todos los servicios que son ofrecidos en estos parques para mitigar su impacto en las actividades del parque.

Finalmente, el ingreso del parque de diversiones podría afectar los gustos de las personas que actualmente se encuentran interesadas en los sustitutos mencionados. Con el fin de captar mayor participación en el mercado, se tendrá como meta lograr que las personas interesadas en los sustitutos prioricen una visita al parque en relación a estos. Por esto, se realizará una estrategia de diferenciación para que se conozcan los beneficios y servicios del parque.

2.3.2 Oferta histórica

De igual manera que la demanda histórica, no existen datos concretos acerca de la oferta histórica del proyecto. Por lo tanto, se estimará la oferta histórica como la oferta potencial del proyecto del año 0. Esta oferta se estimará con los datos obtenidos de la encuesta acerca del porcentaje de personas que ha visitado un parque de diversiones en el Perú y la información usada para estimar la demanda histórica. Asimismo, se emplearán los componentes empleados en la demanda como el rango de edad y tipo de visitas.

La metodología a emplear para estimar la oferta histórica del año 0 es la siguiente:

$$\text{Oferta histórica} = (Pob) * (\% PobABC) * (\% Int) * (Vis) * (\% parquePerú)$$

Dónde:

%parquePerú = Porcentaje de la población que ha visitado algún parque de diversiones en Perú (56,25%⁴⁹)

Luego, se reemplazan los datos en la fórmula y se procede a estimar la oferta histórica del año 0. A continuación, se detalla la oferta histórica en la Tabla 24.

⁴⁸ SERVICIO DE PARQUES DE LIMA. [Fecha de consulta: 04 de enero de 2015]. Disponible en: <<http://www.serpar.gob.pe/quienes-somos/>>

⁴⁹ Ver Capítulo II: Sección 2.2.1. Lugar donde se encuentran los parques de diversiones que visitó

Tabla 24: Oferta histórica

	Año 0
Población de Lima Metropolitana	9,752,000
Porcentaje de la población perteneciente a los NSE A, B y C	65.60%
Porcentaje de personas que ha visitado algún parque de diversiones	70.85%
Parques de Perú	56.25%
Frecuencia de visitas al año	1.30
Oferta histórica	3,314,387

Elaboración propia.

Asimismo, se presenta la oferta histórica del año 0 por sus componentes (edad y tipo de visita) en la Tabla 25.

Tabla 25: Componentes de la oferta histórica

Componente de la oferta	0 - 5 años	6 - 11 años	12 - 17 años	18 - 59 años	+ 60 años	TOTAL
Visitas en familia	195,681	195,681	195,681	1,154,520	215,250	1,956,814
Visitas con amigos	79,512	79,512	79,512	469,122	87,463	795,121
Visitas de excursiones	35,464	35,464	35,464	209,237	39,010	354,639
Otras visitas	20,781	20,781	20,781	122,609	22,859	207,812
TOTAL	331,439	331,439	331,439	1,955,488	364,583	3,314,387

Elaboración propia.

2.3.3 Oferta proyectada

La oferta se proyecta de igual forma que la demanda, empleando solo los datos de tasa de crecimiento poblacional con el fin de contar con pronósticos conservadores. De esta manera, se procede a pronosticar la oferta en los 20 años del proyecto.

La fórmula para pronosticar la oferta es la siguiente:

$$Oferta\ año_i = (Oferta\ año_{i-1}) * (Tasa\ año_i / año_{i-1})$$

Dónde:

Oferta año i = Oferta del año siguiente

Oferta año $i-1$ = Oferta del año anterior

Tasa año i / año $i-1$ = Tasa de crecimiento del año i respecto al año $i-1$

A continuación, se presenta la oferta pronosticada en el horizonte del proyecto en la Tabla 26 y 27. El detalle de esta proyección se presenta en el Anexo 5⁵⁰.

⁵⁰ Ver Anexo 5: Detalle de la oferta proyectada

Tabla 26: Oferta proyectada del año 1 al año 10

Oferta proyectada	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
TOTAL	3,357,474	3,401,121	3,445,335	3,490,125	3,535,496	3,581,458	3,628,017	3,675,181	3,722,958	3,771,357

Elaboración propia.

Tabla 27: Oferta proyectada del año 11 al año 20

Oferta proyectada	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
TOTAL	3,816,613	3,862,412	3,908,761	3,955,666	4,003,134	4,051,172	4,099,786	4,148,984	4,198,771	4,249,157

Elaboración propia.

2.4 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha se estima restando la demanda histórica con la oferta histórica. Así se determinará la cantidad de personas que se encuentran interesadas en los servicios ofrecidos en el parque de diversiones pero que no llegan a satisfacer sus necesidades por motivos de capacidad o falta de oferta en el mercado. La fórmula a emplear para estimar la demanda insatisfecha es la siguiente:

$$Demanda\ insatisfecha = Demanda\ histórica - Oferta\ histórica$$

Tabla 28: Demanda insatisfecha

Demanda insatisfecha	Año 0
TOTAL	3,590,807

Elaboración propia.

2.5 Demanda del proyecto

Para pronosticar la demanda en el horizonte del proyecto, se usará un factor de mercado acumulativo, considerando el incremento de la participación del parque en el mercado y la tasa de crecimiento del mercado de parques de diversiones en América Latina. De esta manera, se define al factor de mercado acumulativo como la tasa de crecimiento del parque del mercado considerando la demanda proyectada.

En este factor de mercado, se considerará la tasa de crecimiento del mercado de parques de diversiones a nivel regional, siendo la tasa más actual de 5,1%⁵¹. Esta

⁵¹ AECOM. [Fecha de consulta: 12 de diciembre de 2015]. Disponible en: http://www.teaconnect.org/images/files/TEA_103_49736_150603.pdf

tasa se considerará constante durante el horizonte del proyecto ya que al ser el mercado peruano nuevo para esta clase de proyectos, el interés en el parque y las frecuencias de visitas podrían aumentar por el incremento de los NSE A, B y C, el crecimiento económico del país y la cercanía del parque a la población⁵². Por esta razón, la tasa de 5,1% indica pronósticos conservadores para el proyecto.

Además, se empleará el incremento de la participación del parque en el mercado. La meta estimada para el parque en su primer año de participación será contar con 100,000 visitantes y se estima la llegada de 1'000,000 de visitantes para el año 10 y 2'000,000 para el año 20. Estos son pronósticos conservadores ya que parques como Costa Park, han conseguido 1'000,000 de visitas en solo 3 meses de operación⁵³.

Para cumplir con esta meta, se empleará un factor de mercado acumulativo, que será el producto de la tasa de crecimiento a nivel regional con la tasa de crecimiento de participación del mercado. Esta metodología se emplea con el fin de contar con pronósticos conservadores con el fin de analizar con más cuidado la situación financiera y económica del proyecto por la gran magnitud de este. Asimismo, se indica que el crecimiento del parque no será constante, sino que se usará un rango de crecimiento en relación al factor de crecimiento estimado.

Asimismo, se indica que la participación de mercado a emplear para estos cálculos será de 25 a 30% de la demanda proyectada. Este porcentaje también es conservador, ya que uno de los objetivos del parque es contar con la mayor participación de mercado posible al no contar con competidores directos.

A continuación, se indica la metodología para estimar el factor de mercado.

$$\text{Factor de mercado} = (\text{Participación del mercado}) * (\text{Tasa de crecimiento})$$

Reemplazando los datos en la ecuación respecto a la participación del mercado (entre 25% y 30%), se obtiene que el factor de mercado se encuentra en el rango de 1,28% a 1,53% de crecimiento anual.

Con el fin de contar con un pronóstico reservado, se estimará que este factor crecerá el promedio de los valores mínimos y máximos de este rango. De esta manera, este

⁵² Ver Capítulo II: Sección 2.2.2. Demanda proyectada

⁵³ TERRA. [Fecha de consulta: 04 de enero de 2015]. Disponible en: <http://economia.terra.com.pe/transnacional-anuncia-nuevo-parque-de-diversiones-en-lima,3cfe22eca2cc7410VgnVCM4000009bcceb0aRCRD.html>

factor se incrementará 1,41% a nivel anual. De esta manera, el parque de diversiones tendrá al final del proyecto un 28,2% de participación de la demanda proyectada.

A continuación, se indica la metodología a emplear para pronosticar la demanda.

$$Demanda\ del\ proyecto\ año_i = (Demanda\ año_i) * \left(\sum_{i=1}^{20} Factor\ de\ crecimiento_i \right)$$

Luego, se estima la demanda del proyecto pronosticada para los siguientes 20 años en la Tabla 29 y 30 y el detalle de la demanda se encuentra en el Anexo 6⁵⁴.

Tabla 29: Demanda del proyecto del año 1 al año 10

Demanda del proyecto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
TOTAL	98,629	199,822	303,630	410,103	519,293	631,252	746,035	863,695	984,289	1,107,872

Elaboración propia.

Tabla 30: Demanda del proyecto del año 11 al año 20

Demanda del proyecto	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
TOTAL	1,233,283	1,361,544	1,492,706	1,626,820	1,763,938	1,904,112	2,047,397	2,193,846	2,343,515	2,496,460

Elaboración propia.

2.6 Comercialización

En esta sección se establece el marketing mix del proyecto. Se analizan las variables como la plaza, la promoción y el precio. Cabe añadir que el servicio ya se analizó anteriormente por lo que no será tomado en cuenta en este apartado.

2.6.1 Plaza

Los servicios del parque solo serán ofrecidos dentro del local por la naturaleza de estos. A esto se añade que en este proyecto solo se ofrecen servicios y no productos por lo que no se tendrían que analizar factores como los canales de distribución.

Los servicios a ofrecer tienen como fin hacer pasar momentos divertidos a los clientes junto con sus familias, seres queridos y amigos. Además, los servicios serán

⁵⁴ Ver Anexo 6: Detalle de la demanda del proyecto

ofrecidos por venta directa porque los clientes tendrán que pagar una tarifa por motivo de entrada en los cajeros que se encontrarán en la entrada del local.

También, todos los visitantes tendrán que pagar los costos de los servicios en los lugares donde se ofrezcan. De esta manera, si un cliente decide acceder a un juego de tienda o comprar un plato de comida, el cliente tendrá que pagar el costo de este juego en el lugar donde se encuentre y el plato en el puesto donde este es ofrecido.

2.6.2 Promoción y publicidad

En base a la promoción, se ha planteado realizar las siguientes promociones:

Elaborar descuentos y facilidades a excursiones

Esta promoción tiene como público objetivo las visitas de colegios, institutos educativos y otras instituciones. Tiene como función promover las visitas al parque ofreciendo a los grupos de visita un programa a seguir durante sus visitas. Se harán descuentos sobre los precios base por edad de los visitantes. Asimismo, para contar con estos descuentos, es obligatorio que la entidad que promueva las excursiones tenga un lazo comercial con el parque. De esta manera, se concede el ingreso solo a las entidades que acepten formar parte de la experiencia y publicidad del parque. Por último, se contará con la presencia de guías que coordinarán con los líderes de los grupos para ofrecer la mejor experiencia posible a estos.

Ofrecer paquetes a los clientes

Consiste en ofrecer paquetes a los clientes en los cajeros del parque y entre sus beneficios habrá descuentos en los puntos de comida y en las tiendas de juegos y acceso a sorteos mensuales. Los paquetes a ofrecer son el básico y el completo.

- **Paquete básico**

Incluye 1 plato de comida, 1 juego gratis en las tiendas y acceso a los espectáculos, el sorteo mensual y un acceso extra a las atracciones más llamativas del parque.

- **Paquete completo**

Incluye 1 plato de comida, 5 juegos gratis en las tiendas y acceso a los espectáculos, el sorteo mensual y accesos ilimitados a las atracciones más llamativas del parque.

Elaborar tarjetas para los clientes más leales y ofrecerles diversos descuentos

Se entregarán tarjetas, similares a las entregadas en cines, a los clientes cuando compren su entrada. En estas se encontrarán unos espacios con el logotipo del parque donde se colocarán stickers por visita. Al tener un cierto número de stickers, se accederá a diversos beneficios como entradas gratis, acceso a diversos sorteos y accesos ilimitados a diversas atracciones del parque de diversiones.

Tabla 31: Promociones del parque

Promoción	Descripción
Descuentos y facilidades a excursiones	- El público objetivo son colegios, instituciones educativas y familias.
	- Los visitantes tendrán descuentos en sus entradas sobre los precios base por edad.
	- Las entidades organizadoras de las excursiones deben contar con lazos comerciales con el parque.
Paquetes de clientes	- Se contarán con 2 paquetes a ofrecer en las boleterías de ingreso.
	- Estos paquetes serán el básico y completo.
	- El paquete básico incluye comida y el acceso a la zona de espectáculos, 1 juego gratis en las tiendas y acceso extra a las atracciones más llamativas.
Tarjetas de descuentos	- El paquete completo incluye los mismos beneficios del básico más acceso ilimitado a todas las atracciones más llamativas y acceso al sorteo mensual.
	- Se entregarán tarjetas en las boleterías del parque.
	- Estas tarjetas serán como las del cine y tendrán espacios donde se contarán las visitas al parque.
	- Cada cierto número de visitas se tendrán diversos beneficios.
	- Los beneficios serán entradas gratis, acceso a diversos sorteos y accesos ilimitados a diversas atracciones del parque de diversiones.

Elaboración propia.

Además, la publicidad del parque se realizará siguiendo los siguientes puntos:

- **Publicidad en Internet**

La publicidad en Internet incluye la publicidad en redes sociales y páginas Web. Se usarán redes sociales como Facebook, Twitter y Youtube para promocionar el parque mediante el uso de cuentas oficiales que serán actualizadas con una frecuencia diaria para tener una cantidad de visitas y seguidores estables.

Además, se harán anuncios en las páginas más visitadas por la población de Lima como Google, El Comercio y RPP⁵⁵. Estos serán publirreportajes o animaciones y su frecuencia será de 20 veces diarias. Se tendrá una presencia notable en Internet para aprovechar su potencial en captar más clientes, en especial a los más jóvenes.

⁵⁵ ALEXA. [Fecha de consulta: 12 de mayo de 2015]. Disponible en: <http://www.alexa.com/topsites/countries/PE>

• **Publicidad en medios tradicionales**

Incluye la publicidad en periódicos, radio y televisión. En los periódicos se harán anuncios grandes los fines de semana y pequeños durante el resto de la semana. En radio se harán anuncios diarios en las emisoras con mayor sintonía en Lima y tendrán mayor frecuencia los fines de semana. En televisión se harán anuncios en los principales canales de Lima y tendrán la misma frecuencia que los avisos en radio.

También, se emplearán vallas publicitarias y anuncios en la vía pública. Estos tendrán una duración mensual y estarán ubicados en las principales avenidas de Lima.

• **Publicidad en eventos**

Se usarán eventos como plataforma de comercialización del parque debido a su concurrida presencia como conciertos, obras teatrales, maratones, eventos deportivos, etc. Se tendrá mayor presencia en los eventos más concurridos de la capital y se formarán alianzas estratégicas con empresas de estos rubros.

La presencia del parque en eventos será como auspiciador o por alianzas con las empresas organizadoras. Se esperará tener presencia en 4 eventos de la capital como mínimo por mes al inicio y esta frecuencia podrá variar al considerar diversos factores como el éxito de estas campañas o su costo.

Tabla 32: Publicidad del parque

Medio de publicidad	Plataforma	Descripción	Frecuencia
Internet	Redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube)	- Se crearán cuentas oficiales en estas redes y se publicitará el parque mediante actualizaciones en estas cuentas.	Diaria
	Páginas Web	- Se realizarán anuncios en las páginas más visitadas por la población limeña. - Se tendrá presencia notable en la Web mediante la actualización continua de estos anuncios.	Diaria
Medios tradicionales	Periódicos	- Se realizarán anuncios de una hoja completa los fines de semana y anuncios de menor tamaño el resto de la semana.	Días alternos
	Radio	- Se harán anuncios cortos en las emisoras de mayor sintonía en Lima.	Diaria
	Televisión	- Se harán anuncios novedosos en los principales canales de la ciudad.	Diaria
	Anuncios en la vía pública	- Se tendrán alrededor de 25 anuncios en paneles y vallas publicitarias en las principales avenidas de la ciudad.	Mensual
Eventos	Conciertos, eventos deportivos	- El parque tendrá presencia en eventos como auspiciador de estos.	Semanal (como mínimo)
		- Se formarán alianzas con empresas organizadoras de eventos.	
		- Se realizarán campañas de promoción y publicidad en los eventos.	

Elaboración propia.

2.6.3 Precio

Los precios de entrada al parque se fijarán en torno a la edad de los clientes y los tipos de visitas. Incluyen el acceso al parque y al uso de todos los servicios ofrecidos a excepción del servicio de espectáculos y los juegos en tiendas pequeñas.

Los precios indicados en la Tabla 33 tienen como justificación el hecho que el parque de diversiones es un proyecto novedoso e innovador en el mercado peruano. Al otorgar servicios de calidad y con valor agregado como la promoción de la educación ambiental y social, estos precios reflejarían la realidad del servicio ofrecido. Asimismo, se indica que los precios incluyen IGV.

Tabla 33: Precios de entrada al parque de diversiones (en soles)

Componente	0 - 5 años	6 - 11 años	12 - 17 años	18 - 59 años	+ 60 años
Visitas en familia	40	45	70	80	40
Visitas con amigos	50	55	80	100	50
Visitas de excursiones	45	50	75	90	45
Otras visitas	50	55	80	100	50

Elaboración propia.

Asimismo, se indica que el precio de los paquetes es un 25% más sobre el precio base de las entradas. Además, se presentan los precios por excursiones, que implican un descuento de entre S/. 5 y S/. 10 en todos los casos indicados.

CAPÍTULO 3: ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se definirán los aspectos técnicos como la localización, tamaño y características físicas del parque. También, se definirán los procedimientos, los requerimientos de los procesos y el cronograma de implementación del proyecto.

3.1 Localización

Se realiza en 2 etapas: la macro localización, en la cual se determina la zona más adecuada para localizar el parque dentro de la ciudad de Lima y la micro localización, en la cual se determina el terreno más apropiado en la zona elegida.

3.1.1 Macro localización

El estudio de macro localización será la ciudad de Lima, ya que es la ciudad más populosa del Perú y concentra alrededor del 28,4% de la población peruana. Asimismo, en Lima se encuentra el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, que es uno de los más visitados en América Latina y tiene más de 7 millones de pasajeros al año⁵⁶. Esto hace de Lima un foco importante de visitas internacionales y aglomeración de turistas que permitirán que los ingresos del parque sean mayores.

En el Gráfico 23 se distinguen los 5 sectores de Lima: Lima Centro, Lima Sur, Lima Norte, Lima Este y el Callao⁵⁷. Lima Este es el sector más poblado y concentra al 26,9% de la población de Lima⁵⁸. Los sectores de Lima Sur, Lima Norte y Lima Este son llamados los “conos” de la ciudad



Gráfico 23. Sectores de Lima Metropolitana
Fuente: INEI.

⁵⁶ AEROPUERTOS.NET [Fecha de consulta: 24 de abril de 2014]. Disponible en: <<http://www.aeropuertos.net/aeropuerto-internacional-jorge-chavez-llegadas-de-vuelos/>>

⁵⁷ Ver Anexo 7: Sectores de Lima Metropolitana

⁵⁸ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA. [Fecha de consulta: 30 de diciembre de 2015]. Disponible en: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1168/libro.pdf>

y son las zonas donde se presenta el mayor crecimiento de la clase media en el Perú y Lima⁵⁹. Al ser Lima Este el sector más poblado, se considera prioritario que el parque se encuentre cercano a este por su potencial económico. Asimismo, Lima Norte es el segundo sector más poblado de Lima pero presenta problemas de accesibilidad debido a que cuenta con pocas vías de acceso. Por esto, Lima Norte es descartada ya que presenta problemas de accesibilidad con los habitantes de los demás sectores de Lima como Lima Este o Lima Moderna.

Luego, se escogerá el sector en el que se realizará la construcción del parque. En este punto, el principal motivo de decisión será el costo del terreno. Según Gestión, los costos de los terrenos en Lima Moderna se encuentran entre los más caros de la ciudad de Lima, ya que el precio es de más de S/. 4000 por m² en este sector. Asimismo, los terrenos en los distritos más céntricos o de Lima Moderna pueden costar más del doble que los que se encuentran en los conos de la ciudad⁶⁰. Por este motivo, se escogió a Lima Este como el punto de localización del parque.

3.1.2 Micro localización

La ubicación en Lima Este se basa en analizar 3 alternativas de terreno en los distritos que la conforman y escoger la más beneficiosa para el proyecto. Entre las alternativas a escoger se encuentran terrenos con un área mínima de 10 hectáreas en los distritos de San Juan de

Tabla 34: Alternativas de ubicación

	Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3
Ubicación	San Juan de Lurigancho	Cieneguilla	Ate Vitarte
Precio (\$ / m²)	360	350	300
Extensión (m²)	103,000	106,000	104,546
Accesibilidad	Av. Mariátegui / Av. 9 de Octubre / Línea 1 del Metro de Lima	Av. La Molina / Av. Nueva Toledo / Línea 2 del Metro de Lima	Autopista Ramiro Priáñez / Carretera Central / Línea 2 del Metro de Lima
Topografía	Terreno irregular	Terreno plano	Terreno plano
Posibilidad de expansión	Alta	Muy alta	Mediana
Cercanía a otros negocios	Buena	Regular	Muy buena

Fuente: VENDE.PE.

Lurigancho⁶¹, Cieneguilla⁶² y Ate⁶³ y se detallan en la Tabla 34.

⁵⁹ LA REPÚBLICA. [Fecha de consulta: 24 de abril de 2014]. Disponible en: <<http://larepublica.pe/11-08-2013/clase-media-se-incremento-mas-en-los-conos-de-lima-pucallpa-y-chiclayo>>

⁶⁰ GESTIÓN. [Fecha de consulta: 27 de abril de 2014]. Disponible en: <<http://gestion.pe/inmobiliaria/viviendas-seis-distritos-ya-se-paga-mas-s-4000-metro-cuadrado-2083142>>

⁶¹ VENDE.PE [Fecha de consulta: 03 de mayo de 2014]. Disponible en: <https://www.vende.pe/san_juan_de_lurigancho/terrenos/Terreno_industrial_en_Cajamarquilla_244077.htm>

⁶² VENDE.PE [Fecha de consulta: 03 de mayo de 2014]. Disponible en: <https://www.vende.pe/cieneguilla/terrenos/Terreno_plano_Cieneguilla106Ha_300m2_document_225771.htm>

⁶³ VENDE.PE [Fecha de consulta: 03 de mayo de 2014]. Disponible en: <http://www.vende.pe/ate/terrenos/Terreno_en_Ate_104_546_m2_239869.htm>

Luego, se selecciona una de las alternativas usando las puntuaciones indicadas en la Tabla 35. Finalmente, se realiza la matriz de ponderación de las alternativas. Esta matriz se detalla en la Tabla 36.

Tabla 35: Tabla de puntuación de las alternativas

Nivel	Puntuación
Muy alto	4
Alto	3
Medio	2
Bajo	1

Elaboración propia.

Tabla 36: Matriz de ponderación de las alternativas

	Peso	Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3
Ubicación	25%	4	2	3
Precio	15%	2	4	3
Extensión	15%	3	2	4
Accesibilidad	15%	4	2	3
Topografía	10%	2	4	4
Posibilidad de expansión	10%	3	4	2
Cercanía a otros negocios	10%	3	2	4
TOTAL	100%	3.15	2.7	3.25

Elaboración propia.

Luego de realizar la ponderación, se escoge la alternativa 3. Este terreno se encuentra en Santa Clara, en el distrito de Ate Vitarte (Gráfico 24)⁶⁴. Cuenta con un área de 104,546.16 m² y su ubicación es cercana a la de la Granja Azul y a

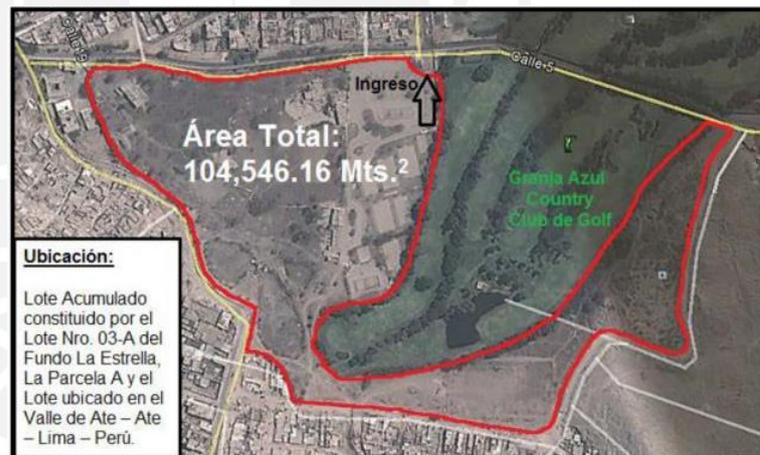


Gráfico 24. Terreno propuesto para el parque
Fuente: VENDE.PE.

distintos centros de entretenimiento en Santa Clara y Huachipa. La cercanía de estos lugares sería muy beneficiosa, ya que el conjunto de estos lugares haría que esta zona se convierta en un punto más atractivo de Lima.

La llegada de los visitantes a las instalaciones del parque se podrá realizar con el uso del tren eléctrico. Esta será una ventaja, ya que en el futuro existirá una línea del Metro de Lima que facilitará el transporte hacia esta zona de Lima.

⁶⁴ Ver Anexo 8: Localización del parque de diversiones

3.2 Características físicas

El parque estará administrado en 4 sectores: espacio de juegos mecánicos, área administrativa, área de servicios y área libre. Primero, el espacio de juegos mecánicos es el área ocupada por los juegos mecánicos. Segundo, el área administrativa es el área ocupada por las oficinas. El siguiente sector es el área de servicios es el área ocupada por los servicios del parque. Por último, el área libre es la zona que indica el espacio abierto del local. En la Tabla 37 se detallan los sectores del parque de diversiones.

Tabla 37: Sectores del parque de diversiones

Área	Descripción
Espacio de juegos mecánicos	<ul style="list-style-type: none"> - Es el área donde se encontrarán los juegos mecánicos. - El tamaño de esta depende de la cantidad de juegos - Se priorizarán los juegos que no se encuentren en otros parques de diversiones del país con el fin de hacer del parque un lugar más atractivo para la población limeña.
Área administrativa	<ul style="list-style-type: none"> - En el área administrativa se encontrará un edificio que contará con diversas oficinas, salas de reunión, cafeterías, servicios higiénicos, un auditorio y otros ambientes. - Este edificio será el lugar donde el personal administrativo del parque desempeñe sus labores.
Área de servicios	<ul style="list-style-type: none"> - Será la ocupada por puestos de comida, tiendas pequeñas, talleres, boleterías, servicio de espectáculos y otras áreas. - Los talleres y boleterías contarán con una infraestructura propia que estarán localizados en las áreas de ingreso.
Área libre	<ul style="list-style-type: none"> - Indica el espacio abierto del local como las pistas, veredas, caminos, rieles, áreas verdes y estacionamientos. - Se contará con un área extensa de áreas verdes con el fin de otorgar al parque una identidad ecológica. - Se tendrán múltiples áreas de acceso al parque, por lo que se tendrán muchas veredas y caminos alrededor del parque. - Se tendrá una línea de transporte integrada con el fin de facilitar el movimiento dentro del parque.

Elaboración propia.

Luego, se procede a definir las características físicas más relevantes del parque de diversiones. Estas son la infraestructura, equipamiento y distribución.

3.2.1 Infraestructura

La infraestructura del parque varía respecto a las divisiones del parque detalladas anteriormente. Cada uno de estos espacios contará con su propia infraestructura.

Espacio de juegos mecánicos

El espacio de juegos mecánicos se dividirá en 3 ambientes que representarán a las regiones geográficas tradicionales del Perú: costa, sierra y selva⁶⁵. Esto se hará con el fin de generar más interés en el parque, educar a los visitantes acerca del Perú y para emular a parques de diversiones internacionales como Disneyland⁶⁶ o Six Flags⁶⁷. Por ejemplo, Disneyland cuenta con divisiones denominadas “tierras” que representan temas diferentes y con diseños de juegos similares por tierra⁶⁸.

Los juegos mecánicos serán montañas rusas, toboganes, juegos de terror y de aventura ya que son los más populares en los parques de diversiones a nivel mundial⁶⁹. Además, se emplearán diseños representativos de las regiones del Perú como paisajes y atractivos turísticos en cada uno de estos juegos en relación al ambiente en el que se encuentren. Estos diseños se basan en el objetivo de educar a los clientes en materias educativas, sociales y ambientales.

Área administrativa

En esta área se construirá un edificio en el que se realizarán las labores administrativas del parque. En este edificio se encontrarán oficinas, salas de reunión, una cafetería, un restaurante y un auditorio. También, tendrá un diseño ecológico con el fin de reducir costos en energía y tener un menor impacto negativo en el ambiente. Cabe añadir, que todas estas pautas tienen relación a la imagen ecológica que aspira tener el parque.

Las oficinas contarán con una distribución por área que permitirá que las áreas administrativas del parque trabajen eficientemente y puedan trabajar de manera conjunta al estar todas a una distancia muy corta. Por otro lado, cada área contará con un espacio destinado a salas de reunión y se tendrá un piso que consistirá solo de salas de reunión para reuniones o actividades de los empleados en general. También, habrá niveles exclusivos para la cafetería y el auditorio. Esto se hace con el fin de que el aforo de ambos sea el adecuado para el personal.

⁶⁵ PERÚ TRAVEL. [Fecha de consulta: 24 de mayo de 2015]. Disponible en: <http://www.peru.travel/es-lat/sobre-peru/ubicacion-geografia-y-clima.aspx>

⁶⁶ Ver Anexo 9: Mapa del parque Disneyland (París)

⁶⁷ Ver Anexo 10: Mapa del parque Six Flags (México)

⁶⁸ DISNEYLAND. [Fecha de consulta: 24 de mayo de 2015]. Disponible en: <https://disneyland.disney.go.com/es/disneyland/>

⁶⁹ COMPLEX. [Fecha de consulta: 24 de mayo de 2015]. Disponible en: <http://www.complex.com/pop-culture/2013/06/greatest-amusement-park-rides-in-america/the-twilight-zone-tower-of-terror>

Área de servicios

En el área de servicios se tendrán diversas edificaciones como los puestos de comida, tiendas pequeñas, talleres, boleterías y servicios de espectáculos. El diseño de estos servicios tendrá relación al espacio asignado donde se encuentren. Por ejemplo, si una tienda se encuentra en el espacio de la región selva, este estará adornado con diseños que aludan a esta región.

Las boleterías se encontrarán en la entrada del parque y de cada juego mecánico. La boletería principal, situada en la entrada, contará con diversas imágenes y diseños de las regiones que el parque representa. Por otro lado, las boleterías en los juegos contarán con decoraciones que tendrán relación a la región o juego que pertenezcan.

Los talleres estarán ubicados en las zonas aledañas a las entradas del parque con el fin de promover su uso. Se tendrán paneles informativos que permitirán saber los horarios de clases y actividades a realizar. Además, los talleres se construirán con madera, drywall u otros materiales para mitigar el impacto ambiental de estos.

Las tiendas pequeñas contarán con diseños que representen a las regiones del Perú o a los juegos que ofrecen. Estos estarán localizados en distintas zonas del parque y estarán contruidos con los mismos materiales de los talleres educativos.

Por último, los espectáculos serán realizados en una zona especial donde se encontrará un centro de convenciones. En este centro se harán presentaciones como conciertos, obras teatrales, bailes, entre otros. Cabe añadir que el centro de convenciones se construirá en el futuro, siendo parte de una futura expansión.

Área libre

El área libre contará con pistas, construidas con asfalto, que permitirán la llegada a la zona de estacionamientos y al almacén. La presencia de pistas será la mínima posible con el fin de contar con una mayor cantidad de áreas verdes. Además, se tendrán veredas, caminos y ciclovías conectadas alrededor del local con el fin de facilitar el movimiento en el parque. También, se tendrán estaciones de bicicletas alrededor del parque que servirán de puntos de partida y llegada. Estas tendrán mapas del parque y contarán con la señalización adecuada. Por último, las veredas serán construidas con cemento y los caminos y ciclovías serán vías afirmadas.

Además, se harán trabajos de habilitación para mejorar el acceso al parque en las zonas aledañas. Esto implica que se tendrán que rehabilitar pistas, veredas y mejorar la iluminación de estos lugares. Esto será parte del objetivo del parque de mejorar las zonas aledañas. Por último, se añade que estos trabajos serán realizados a lo largo del proyecto y con el apoyo de la comunidad local y las autoridades.

Tabla 38: Infraestructura del parque de diversiones

Área	Descripción
Espacio de juegos mecánicos	- Habrán tres ambientes distintos: costa, sierra y selva.
	- Se tendrán juegos como montañas rusas, toboganes, entre otros con diseños representativos de las regiones del Perú.
Área administrativa	- Se construirá un edificio administrativo con diseño ecológico.
	- Este contará con oficinas, salas de reunión, una cafetería y un auditorio.
Área de servicios	- Es el área ocupada por los puestos de comida, tiendas pequeñas, talleres, boleterías y servicios de espectáculos.
	- Se ubicarán alrededor del parque y tendrán diseños culturales y ecológicos.
Área libre	- Consistirá de pistas, caminos y ciclovías que permitirán un transporte eficiente en el parque.
	- Se contará con la señalización necesaria con el fin de evitar inconvenientes y contar con mayor seguridad.
	- Se realizarán trabajos de habilitación en las zonas aledañas como la mejora de pistas, veredas e iluminación.

Elaboración propia.

3.2.2 Equipamiento

Se deberá contar con el equipamiento necesario como los juegos mecánicos, las maquinarias y equipos, equipos de oficina y muebles y enseres.

Juegos mecánicos

Son la principal atracción del parque y se tendrán montañas rusas, juegos de aventura, de terror, entre otros. El detalle de estos se encuentra en el Anexo 11⁷⁰.

Montaña rusa

Será construida por la empresa italiana Interpark. Esta tendrá una altura de 14,5 m y su recorrido será de 560 m. Además, tendrá 8 carros con capacidad para 4 pasajeros cada uno y una capacidad total de 750 pasajeros por hora⁷¹. Esta montaña rusa tendrá diseños en sus escenarios que evoquen a paisajes y sitios turísticos del Perú.

⁷⁰ Ver Anexo 11: Detalle de los juegos de diversiones

⁷¹ INTERMARKRIDE GROUP. [Fecha de consulta: 30 de mayo de 2015]. Disponible en: <<http://www.pinfari.com/images/stories/models/loopcoaster.pdf>>

Rueda de la fortuna

La rueda de la fortuna o rueda Ferris del parque será construida por la empresa italiana Fabbri Group. La rueda tendrá una altura de 100 m, 45 m de largo y 30 m de ancho. Además, tendrá 52 cabinas y una capacidad máxima de 426 personas⁷².

Mina abandonada

Es una mina que tendrá secciones donde se viajará en vagones y otras en las que se caminará. Los visitantes tendrán la sensación de estar en un juego de terror debido a que la mina contará con escenarios tenebrosos, criaturas extrañas y poca o nula iluminación. Además, estos explorarán diversas opciones para poder salir ya que la mina tendrá diversas cámaras y niveles.

Castillo embrujado

Es un juego de terror y misterio en el que los visitantes se quedarán atrapados en un castillo antiguo para ir pasando por cada cuarto de este. En cada cuarto, los visitantes tendrán que resolver acertijos para poder avanzar. El juego tendrá un segmento en el que estos tendrán que ir a un sótano en el que se encuentran unas catacumbas y también existirán cuartos secretos.

Tren

El parque contará con un tren de 8 vagones que hará un recorrido a lo largo del parque. Este tren recorrerá las divisiones indicadas del parque y permitirá el rápido tránsito alrededor de este.

Kartódromo

El kartódromo tendrá un recorrido de 800 m y un diseño basado en competencias como la Fórmula 1 con el fin de que el piloto del kart se sienta como un piloto de carreras. El circuito tendrá tres carriles y contará con una capacidad máxima de 12 karts en simultáneo. Este tendrá escenarios como paisajes y murales artísticos y estantes en los circuitos para los espectadores. Se contarán con 20 karts en total y

⁷² GIANT WHEELS. [Fecha de consulta: 30 de mayo de 2015]. Disponible en: http://www.giantwheels.info/product_giant_wheel.htm

el diseño de estos estará basado en normas internacionales. El modelo de kart a usar es el modelo Target de la empresa francesa Alpha Karting, el cual también proveerá los equipos de protección necesarios como cascos, uniformes y botas⁷³.

Juegos temáticos y educativos

Los juegos temáticos y educativos estarán basados en temas específicos como la cultura, gastronomía y la riqueza natural del Perú. Su principal objetivo será educar a los clientes acerca de la cultura peruana y de los valores que se deben tener en la sociedad actual. Además, estos juegos son complementos a los juegos mencionados anteriormente y requieren una menor inversión para su funcionamiento.

Tabla 39: Juegos mecánicos del parque de diversiones

Juego	Descripción
Montaña rusa	- Cuenta con una altura máxima de 14,5 m y su recorrido será de 560 m.
	- Tendrá 8 carros con capacidad de 4 pasajeros cada uno y una capacidad total de 750 pasajeros por hora.
	- Sus escenarios serán paisajes y sitios turísticos del Perú.
Rueda de la fortuna	- Cuenta con una altura de 100 m, 45 m de largo y 30 m de ancho.
	- Tendrá 52 cabinas y una capacidad máxima de 426 personas.
Mina abandonada	- Tendrá secciones en vagones y otras en las que se tendrá que caminar.
	- Tendrá escenarios tenebrosos, criaturas extrañas y poca o nula iluminación, por lo que cada visitante tendrá que usar linternas.
	- La mina también tendrá diversas cámaras y niveles.
Castillo embrujado	- Es un castillo antiguo en el que los visitantes quedarán atrapados y tendrán que pasar por cada cuarto de este.
	- Tendrá un sótano en el que se encuentran unas catacumbas y también existirán cuartos secretos.
Tren	- Es un tren en el que se podrán hacer paseos en pequeños escenarios que evoquen a las distintas regiones y sitios turísticos del Perú.
	- Contará con 8 vagones que harán un recorrido a lo largo del parque.
Kartódromo	- Se tendrá un kartódromo que tendrá un recorrido de 800 m y seguirá un diseño basado en competencias como la Fórmula 1.
	- Tendrá tres carriles y una capacidad máxima de 12 karts.
	- Contará con escenarios como paisajes y estantes que permitirán la vista de la carrera en los circuitos por los visitantes espectadores.
Juegos temáticos y educativos	- Se basarán en la cultura, gastronomía y la riqueza natural del Perú.
	- Su principal objetivo es educar a los clientes acerca del Perú.

Elaboración propia.

⁷³ ALPHA KARTING. [Fecha de consulta: 30 de mayo de 2015]. Disponible en: <<http://www.alpha-karting.fr/Target.aspx>>

Maquinaria y equipos

El parque contará con diversas maquinarias y equipos como los equipos de seguridad, equipos de emergencia, equipos de transporte y equipos para clientes.

- Equipos de tratamiento de agua
Se contará con un sistema de tratamiento químico con el fin de contar con agua potable limpia y sin patógenos. Esto servirá para tener bebedores de agua potable en el parque y para que el agua esté en excelentes condiciones.
- Equipos de seguridad
Se comprarán cámaras y sensores de movimiento para usarlas en un moderno sistema de vigilancia. También, habrá un sistema contador de clientes y control de asistencia del personal. Además, el parque tendrá un grupo electrógeno propio.
- Equipos de emergencia
Se tendrán extintores y equipos de primeros auxilios que se encontrarán en puntos estratégicos del parque y tendrán la señalización necesaria con el fin de identificar sus ubicaciones de manera rápida.
- Equipos de transporte
Se implementarán vehículos con el fin de transportar materia prima, personal administrativo o a los contratistas del parque. Asimismo, se evalúa contar con un tren que permita el rápido traslado de grupos grandes alrededor del parque.
- Equipos para clientes
Son todos los equipos que serán para beneficio de ellos o son aquellos que serán usados constantemente en el parque. Entre estos se encuentran: sillas, mesas, bancas, tachos, surtidores de agua, entre otros. Además, se contará con teléfonos públicos y avisos de señalización alrededor del parque.

Equipos de oficina

Son los equipos empleados para las labores administrativas del parque. Entre estos se encuentran computadoras, escritorios, proyectores, impresoras, etc. Además, se contará con un servidor de red y una central telefónica que permita que los empleados se encuentren en constante comunicación durante sus labores.

Muebles y enseres

Por último, el parque contará con muebles y enseres que complementarán los equipos mencionados anteriormente. Entre estos se encuentran sofás, sillones, estantes, libreros, mesas de trabajo, entre otros.

Tabla 40: Equipamiento del parque de diversiones

Equipamiento	Descripción
Maquinaria y equipos	Equipos de tratamiento de agua - Se tendrá un sistema de tratamiento químico y de monitoreo de agua.
	Equipos de seguridad - Se empleará un moderno sistema de vigilancia con cámaras y sensores.
	Equipos de emergencia - Se usarán extintores y equipos de primeros auxilios.
	Equipos de transporte - Se emplearán vehículos para transporte de materia prima y personal.
	Equipos para clientes - Se tendrán equipos como mesas, bancas, surtidores, etc.
Equipos de oficina	- Son los equipos usados para labores administrativas. Entre ellos se encuentran computadores, proyectores, escritorios, etc. También, se tendrá un servidor de red y una central telefónica.
Muebles y enseres	- Se usarán muebles y enseres con el fin de mejorar la presentación del parque y darle un adecuado recibimiento a los visitantes y clientes. Entre estos se tendrán sofás, sillones, estantes, mesas de trabajo, etc.

Elaboración propia.

3.2.3 Distribución

Para determinar el layout del parque de diversiones, se usará el método del Diagrama Relacional de Actividades. De esta manera se determinará la distribución de cada uno de los componentes de los 4 sectores principales del parque. En la Tabla 41 se resumen las áreas que componen los sectores del parque de diversiones.

Tabla 41: Zonas del parque de diversiones

Sector	Área
Espacio de juegos mecánicos	Juegos mecánicos Región 1
	Juegos mecánicos Región 2
	Juegos mecánicos Región 3
Área administrativa	Edificio administrativo
	Almacén
Área de servicios	Aulas para talleres
	Boletería
	Centro de vigilancia
	Centro médico
	Comedor
	Tiendas pequeñas
	Zona de espectáculos
Área libre	Zona de estacionamiento

Elaboración propia.

Tabla Relacional de Actividades (TRA)

En la Tabla 42 se indican los tipos y las letras que representan los tipos de relaciones entre las actividades. Luego de indicar las letras y tipos de relación, se grafica la TRA.

Tabla 42: Tipos de relación de actividades

Valor	Proximidad
A	Absolutamente necesario
E	Especialmente necesario
I	Importante
O	Ordinaria - Normal
U	Sin importancia
X	No deseable

Elaboración propia.

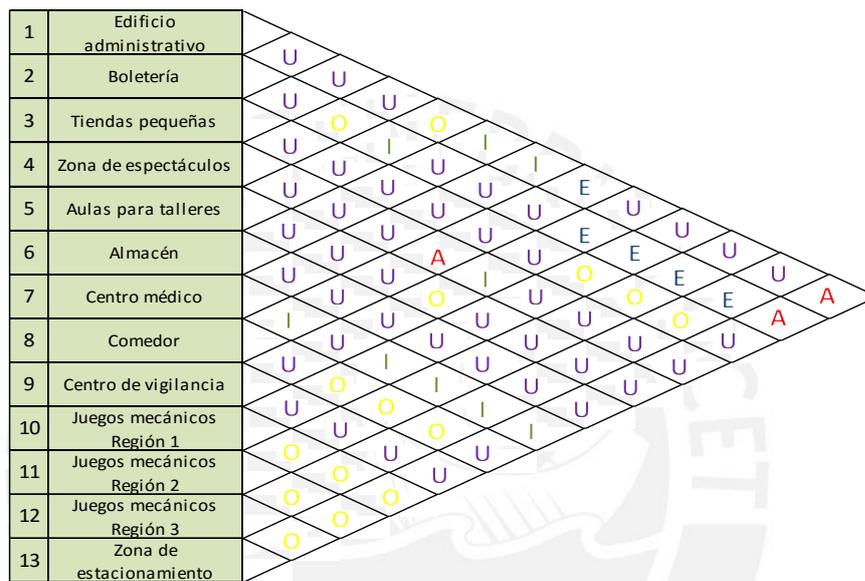


Gráfico 25. Tabla Relacional de Actividades
Elaboración propia.

Diagrama Relacional de Actividades (DRA)

Luego de realizar la TRA, se realiza el Diagrama Relacional de Actividades.

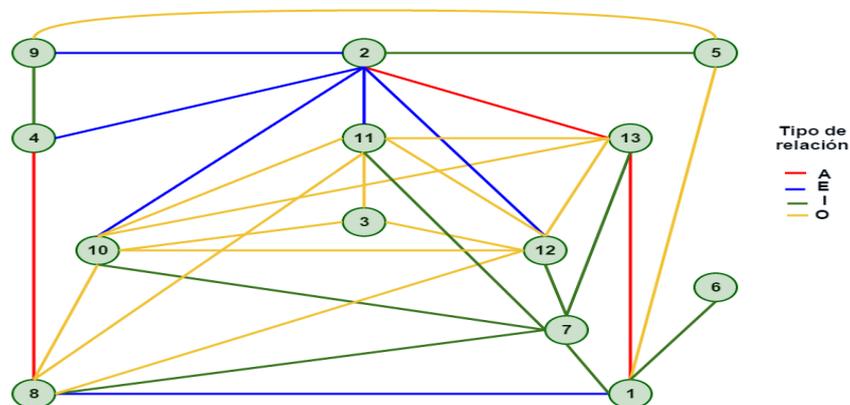


Gráfico 26. Diagrama Relacional de Actividades
Elaboración propia.

Diagrama de bloques

Finalmente, se dibuja el diagrama de bloques. Se indica que las tiendas pequeñas estarán dispersas por todo el parque y estos bloques no reflejan el tamaño real de las áreas indicadas.

Centro de vigilancia	Boletería	Zona de estacionamiento
Aulas para talleres	Juegos mecánicos Región 2	Edificio administrativo
Juegos mecánicos Región 1	Comedor	Juegos mecánicos Región 3
Zona de espectáculos	Centro médico	Almacén

Gráfico 27. Diagrama de bloques
Elaboración propia.

3.3 Tamaño

El tamaño del parque de diversiones se realiza mediante el dimensionamiento adecuado de las instalaciones, empleando las características físicas de cada elemento e indicando de manera opcional el personal en cada área. Por esto, se procede a calcular el requerimiento de los espacios necesarios con el método de Guerchet⁷⁴. En este se emplean los parámetros especificados en la Tabla 43 y el detalle de cada una de las áreas se encuentra en el Anexo 12⁷⁵.

Tabla 43: Parámetros usados en el método de Guerchet

Parámetro	Descripción
n	Cantidad de elementos requeridos.
N	Número de lados de atención.
A	Ancho de la máquina o equipo.
L	Largo de la máquina o equipo.
hm	Altura promedio de equipos móviles.
hf	Altura promedio de equipos fijos.
SS	Superficie estática Espacio que ocupa físicamente una máquina o un equipo. $SS = L \times A$
SG	Superficie gravitacional Área requerida por un operario para realizar su labor de manera adecuada. $SG = SS \times N$
k	Coefficiente de superficie evolutiva Relaciona la altura media de equipos móviles con la de los equipos fijos. $k = 0.5 \times (hm / hf)$
SE	Superficie evolutiva Área necesaria para la circulación y transporte. $SE = k \times (SS + SG)$
ST	Superficie total Es la suma de todas las superficies por la cantidad de elementos requeridos. $ST = n \times (SS + SG + SE)$

Elaboración propia.

⁷⁴ SUÑE, Albert, Francisco GIL e Ignasi ARCUSA. Manual práctico de diseño de sistemas productivos. Madrid. Ediciones Díaz de Santos, 2004.

⁷⁵ Ver Anexo 12: Requerimiento de espacio del parque de diversiones

Espacio de juegos mecánicos

Esta área depende de la cantidad de juegos en el parque, considerando la capacidad de estos y la demanda del proyecto. En este cálculo se emplean las características físicas y capacidad de los juegos mecánicos⁷⁶. Además, se considera el 5% del terreno en juegos temáticos y educativos y otros juegos como toboganes o juegos recreativos para niños y adultos. En la Tabla 44 se encuentra el detalle de esta área.

Tabla 44: Tamaño del espacio de juegos mecánicos

	n	N	L	A	SS	SG	h	k	SE	Stotal (x 1 un) (m ²)	Stotal (m ²)
ELEMENTOS MÓVILES											
Personal operador juegos	24	x	x	x	0.5	x	1.7	0.04	x	x	x
TOTAL ELEMENTOS MÓVILES											-
ELEMENTOS FIJOS											
Montaña rusa	1	1	90	50	4500	4500	14.5	0.04	367.5	9,367.5	9,367.5
Rueda de la fortuna	1	1	45	30	1350	1350	100	0.04	110.2	2,810.2	2,810.2
Mina abandonada	1	1	60	50	3000	3000	3	0.04	245.0	6,245.0	6,245.0
Castillo embrujado	1	1	50	40	2000	2000	3	0.04	163.3	4,163.3	4,163.3
Tren	1	1	800	10	8000	8000	2	0.04	653.3	16,653.3	16,653.3
Kartódromo	1	2	30	20	600	1200	2.4	0.04	73.5	1,873.5	1,873.5
Juegos temáticos y educativos										1,250.0	1,250.0
Otros juegos										3,750.0	3,750.0
TOTAL ELEMENTOS FIJOS											46,112.9
TOTAL											46,112.9

Elaboración propia.

Área administrativa

Esta área depende de la relación del personal⁷⁷ y los servicios ofrecidos dentro de esta⁷⁸. En la Tabla 45 se detalla el área ocupada por la zona administrativa.

Tabla 45: Tamaño del área administrativa

	n	N	L	A	SS	SG	h	k	SE	Stotal (x 1 un) (m ²)	Stotal (m ²)
ELEMENTOS MÓVILES											
Personal administrativo	29	x	x	x	0.5	x	1.7	0.35	x	x	x
TOTAL ELEMENTOS MÓVILES											-
ELEMENTOS FIJOS											
Oficinas comunes	24	1	2.5	2.5	6.25	6.25	2.4	0.35	4.4	16.9	406.3
Oficinas gerenciales	5	1	5	5	25	25	2.4	0.35	17.7	67.7	338.5
Pasillos	5	2	12.5	1.5	18.75	37.5	2.4	0.35	19.9	76.2	380.9
Sala de reunión	1	2	7.5	7.5	56.25	112.5	2.4	0.35	59.8	228.5	228.5
Auditorio	1	2	12.5	12.5	156.25	312.5	2.4	0.35	166.0	634.8	634.8
Cafetería	1	2	8	8	64	128	2.4	0.35	68.0	260.0	260.0
Restaurante	1	2	10	10	100	200	2.4	0.35	106.3	406.3	406.3
TOTAL ELEMENTOS FIJOS											2,655.2
TOTAL											2,655.2

Elaboración propia.

⁷⁶ Ver Capítulo III: Sección 3.2.2. Equipamiento

⁷⁷ Ver Capítulo IV: Sección 4.6. Requerimiento de personal

⁷⁸ Ver Capítulo III: Sección 3.2.1. Infraestructura

Área de servicios

Se considera el tamaño de cada uno de los servicios ofrecidos en esta área⁷⁹. Para el dimensionamiento de estas áreas, se considera la capacidad (aforo) y el alcance de cada uno de los servicios. El tamaño de estos servicios se detalla en la Tabla 46.

Tabla 46: Tamaño del área de servicios

	n	N	L	A	SS	SG	h	k	SE	Stotal (x 1 un) (m ²)	Stotal (m ²)
ELEMENTOS MÓVILES											
Personal administrativo	54	x	x	x	0.5	x	1.7	0.35	x	x	x
TOTAL ELEMENTOS MÓVILES											-
ELEMENTOS FIJOS											
Boletería	1	1	12.5	8	100	100	2.4	0.35	70.8	270.8	270.8
Tiendas pequeñas	25	1	1	1	1	1	2.4	0.35	0.7	2.7	67.7
Zona de espectáculos	1	2	25	25	625	1250	2.4	0.35	664.1	2,539.1	2,539.1
Aulas para talleres	5	1	10	10	100	100	2.4	0.35	70.8	270.8	1,354.2
Almacén	1	2	20	20	400	800	2.4	0.35	425.0	1,625.0	1,625.0
Centro médico	1	1	10	10	100	100	2.4	0.35	70.8	270.8	270.8
Comedor	1	3	20	20	400	1200	2.4	0.35	566.7	2,166.7	2,166.7
Centro de vigilancia	1	3	12	12	144	432	2.4	0.35	204.0	780.0	780.0
Servicios higiénicos	10	1	7.5	5	37.5	37.5	2.4	0.35	26.6	101.6	1,015.6
TOTAL ELEMENTOS FIJOS											10,089.9
TOTAL											10,089.9

Elaboración propia.

Área libre

Esta área incluye el sistema de transporte, la zona de estacionamientos y las áreas verdes del parque⁸⁰. Con el fin de dimensionar la cantidad total de áreas verdes, se estima que este será el 15% del tamaño total de terreno, siendo más frecuente en las áreas más alejadas del parque por motivos de comodidad y relajación para los clientes. En la Tabla 47 se detalla el área requerida por este espacio.

Tabla 47: Tamaño del área libre

	n	N	L	A	SS	SG	h	k	SE	Stotal (x 1 un) (m ²)	Stotal (m ²)
ELEMENTOS MÓVILES											
Personal	-	x	x	x	0.5	x	x	1.70	x	x	x
TOTAL ELEMENTOS MÓVILES											-
ELEMENTOS FIJOS											
Zona de estacionamientos	1	2	50	25	1250	2500	2.4	1.70	6375	10,125.0	10,125.0
Veredas										2,400.0	2,400.0
Pistas										2,000.0	2,000.0
Camino										3,000.0	3,000.0
Ciclo vías										3,200.0	3,200.0
Áreas verdes										15,000.0	15,000.0
TOTAL ELEMENTOS FIJOS											35,725.0
TOTAL											35,725.0

Elaboración propia.

⁷⁹ Ver Capítulo III: Sección 3.2.1. Infraestructura

⁸⁰ Ver Capítulo III: Sección 3.2.1. Infraestructura

Área total

El área total se define como la suma de las áreas desarrolladas anteriormente. El tamaño de esta área se detalla en la Tabla 48.

Tabla 48: Requerimiento de espacio del parque

Sector	Stotal (m ²)
Espacio de juegos mecánicos	46,112.9
Área administrativa	2,655.2
Área de servicios	10,089.9
Área libre	35,725.0
TOTAL	94,583.0

Elaboración propia.

El área total del parque de diversiones es 94,583 m², por lo que se tendrá alrededor de 10,000 m² de terreno disponible. Este espacio, que equivale al 10% del terreno total, se puede emplear como futuras áreas de expansión del parque. De esta manera, se tiene espacio disponible para realizar expansiones sin necesidad de adquirir terrenos aledaños.

Luego de definir el tamaño de cada uno de las áreas y sus componentes, se realiza un plano tentativo del parque. Este plano se realiza siguiendo las pautas establecidas en este capítulo en relación a las características físicas del parque⁸¹.

En el Anexo 13 se detalla el plano tentativo del parque a escala y dimensionado⁸².

3.4 Operaciones

En el parque de diversiones no se presentan muchas operaciones. Esto sucede debido a que muchas de las operaciones presentadas serán asignadas a empresas contratistas. Entre estas se encuentran el dispendio de comidas típicas y comida rápida, la limpieza de las instalaciones, la vigilancia, el mantenimiento de los equipos e infraestructura y el establecimiento de un centro médico en el parque. Asimismo, el procedimiento de recolección, reciclaje y eliminación de desechos se realizará con la empresa de limpieza a contratar y la municipalidad. Entre los procedimientos a realizar en el parque, se detallan los siguientes:

⁸¹ Ver Capítulo III: Sección 3.2. Características físicas

⁸² Ver Anexo 13: Mapa del parque de diversiones

• Ingreso de los clientes al parque

Para ingresar al parque, los clientes van a la zona de ingreso y luego a la boletería. Si el cliente cuenta con un carro, podrá dejarlo en la zona de estacionamiento. Luego, en la boletería el cliente espera en la cola hasta que llegue al cajero. En este, el cliente paga la tarifa indicada y si deseara un paquete, se explican las características de este y se otorga su entrada o pulsera que indica el paquete que adquirió. El detalle de este procedimiento se encuentra en el Gráfico 28.

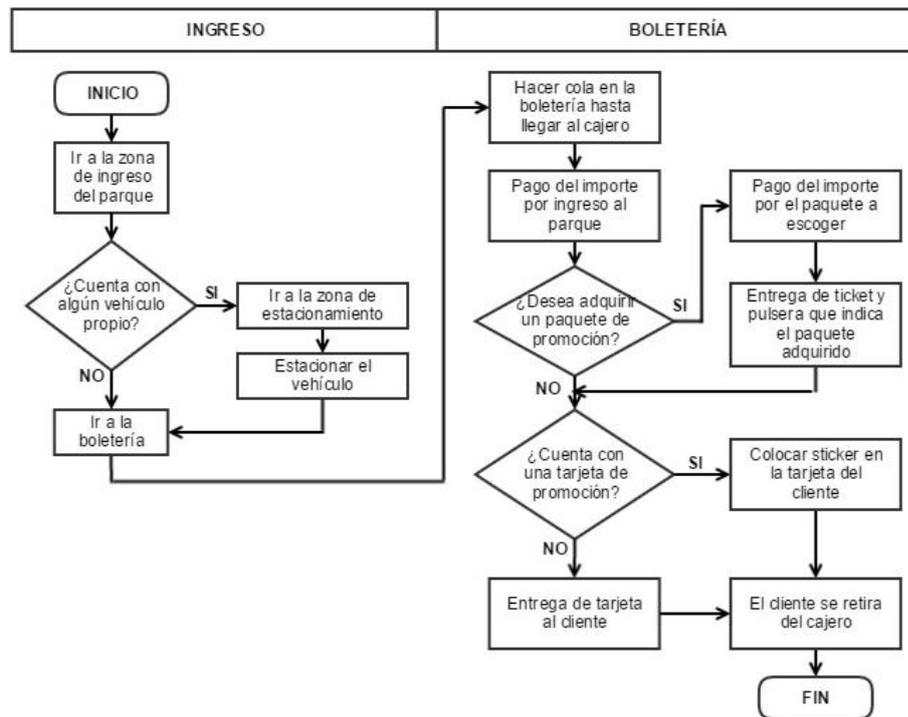


Gráfico 28. Flujograma de ingreso de los clientes al parque
Elaboración propia.

• Ingreso a los juegos mecánicos

Para ingresar a un juego mecánico, lo primero hará el cliente es realizar la cola para el ingreso. Luego, se acerca al juego mecánico y presenta su ticket o pulsera en caso la tenga. A continuación, se verifica si el cliente ha accedido todas las veces permitidas al juego mecánico. Si sucede este caso, se analiza si el cliente cuenta con un paquete que le permita acceder al juego ilimitadas veces. En caso de ser así, el cliente puede acceder al juego. Por último, el cliente recibirá un folleto en el cual se explicarán las medidas de seguridad a seguir y las instrucciones de uso del juego. Este procedimiento se detalla en el Gráfico 29.

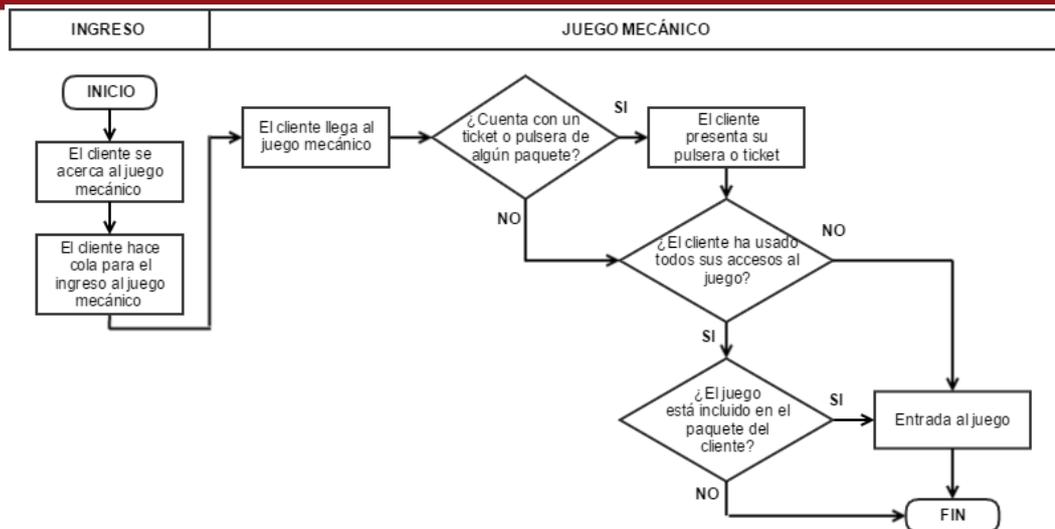


Gráfico 29. Flujograma de ingreso a los juegos mecánicos
Elaboración propia.

- **Ingreso de materiales del almacén**

Para ingresar materiales al almacén, los proveedores se dirigen a la zona de ingreso, donde se realiza un registro de las personas y empresas que ingresan. Luego, se dirigen al almacén donde se realiza el despacho de materiales. Para esto, se debe revisar la orden de compra y analizar si se cumple o no el requerimiento. Luego de esto, los materiales se almacenan y se registran en el sistema ERP del parque. El diagrama de flujo de este proceso se encuentra en el Gráfico 30.

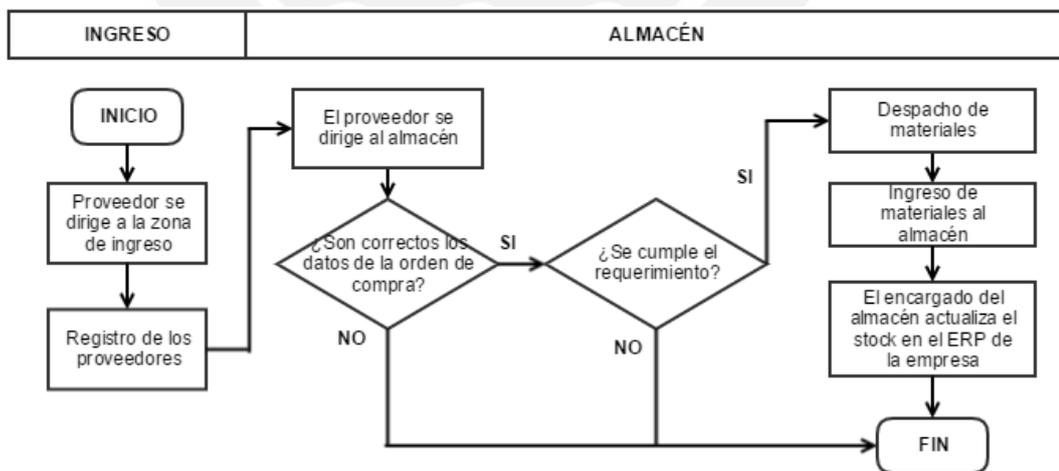


Gráfico 30. Flujograma de ingreso de materiales del almacén
Elaboración propia.

- **Salida de materiales del almacén**

Para sustraer materiales del almacén, el trabajador solicita un requerimiento al encargado del almacén. Este le indica si hay stock en el almacén y si su requerimiento procede respecto a las políticas de la empresa en lo concerniente a los permisos por trabajador. Luego, el encargado del almacén solicita el despacho de los materiales hacia el lugar indicado y actualiza el stock en el ERP de la empresa. Se puede observar el detalle de este proceso en el Gráfico 31.

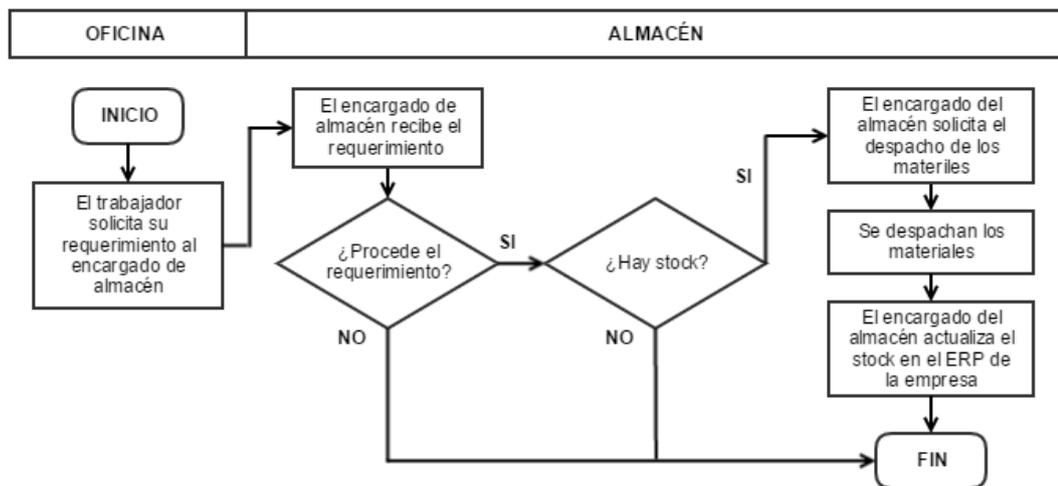


Gráfico 31. Flujograma de salida de materiales del almacén
Elaboración propia.

3.5 Requerimientos del proceso

En esta sección se detallan los requerimientos de los procesos del parque en relación a los servicios a contratar, insumos y seguridad e higiene.

3.5.1 Servicios

El local contará con los servicios básicos de agua y desagüe⁸³, electricidad⁸⁴ y telefonía. Se contará con el servicio de recojo de residuos sólidos, que será provista por la municipalidad, cuyo costo se incluye en los arbitrios a pagar del parque. También, se contratarán los servicios de cable e internet para dar comodidades a los usuarios como el acceso a wi-fi y la vista de eventos deportivos por televisión.

⁸³ SERVICIO DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE LIMA. [Fecha de consulta: 28 de diciembre de 2015]. Disponible en: <http://www.sedapal.com.pe/c/document_library/get_file?uuid=e52230b3-8b48-4f56-8af4-10e7fcb849e8&groupId=29544>

⁸⁴ LUZ DEL SUR. [Fecha de consulta: 28 de diciembre de 2015]. Disponible en: <<https://www.luzdelsur.com.pe/media/pdf/tarifas/TARIFAS.pdf>>

Por otro lado, el parque de diversiones contratará algunos servicios de terceros con el propósito de reducir costos. Entre estos servicios se encuentra la vigilancia, que tendrá que ser monitoreada desde un punto central localizado en el edificio administrativo y en diversos puntos del parque. La empresa de vigilancia a contratar deberá ocuparse de la capacitación de sus empleados debido a que estos también podrían desempeñarse como guías. Las funciones de esta empresa serán las siguientes: monitorear las actividades en el parque, analizar los videos de vigilancia en caso de algún incidente y velar por la seguridad de los visitantes y empleados.

La limpieza del parque estará a cargo de una empresa tercera que tendrá como fin asegurarse que las instalaciones se mantengan limpias y cuidar las áreas verdes. Además, habrá diversos puntos donde se encuentren los materiales de limpieza. Por otro lado, se contratará a una empresa dedicada a las labores de mantenimiento de las máquinas y esta trabajará de forma continua con el área de Ingeniería.

Los puestos de comida estarán a cargo de empresas terceras que podrán ser restaurantes de comida típica y saludable y franquicias. Por otro lado, las empresas de servicios básicos a contratar serán aquellas que operan en las zonas aledañas al parque. En cambio, en el caso de la telefonía, cable e internet se seleccionará la mejor opción en base al contenido que ofrecen.

Tabla 49: Servicios a contratar

Servicio	Proveedor	Tipo	Costo
Electricidad	Luz del Sur	Comercial	S/. 0.44 / kw-h
Agua y desagüe	Sedapal	Comercial	S/. 7.5 / m ³
Teléfono	Telefónica	Comercial	S/. 5,000.00 / mes
Internet	Telefónica	Comercial	S/. 5,000.00 / mes
Cable	DirectTV	Satelital	S/. 5,000.00 / mes
Centro médico	Rímac Seguros	Normal	S/. 20,000.00 / mes
Mantenimiento	GMI S.R.L.	Normal	S/. 50,000.00 / mes
Limpieza	SSAYS	Normal	S/. 30,000.00 / mes
Vigilancia	G4S	Normal	S/. 60,000.00 / mes
Recojo de residuos sólidos	Municipalidad de Ate	Normal	-
Puestos de comida	Varios	Varios	-

Elaboración propia.

3.5.2 Insumos

Se contarán con insumos para las actividades administrativas y los servicios del parque de diversiones. Estos insumos estarán almacenados en un almacén localizado dentro del parque y estarán debidamente identificados y ordenados.

El área administrativa requiere insumos como útiles de escritorio, papel, entre otros. Estos serán empleados en las oficinas, las boleterías y el centro de vigilancia. También, se tendrán insumos para el centro médico, servicio de espectáculos, juegos mecánicos y las instalaciones en general. Estos insumos estarán disponibles en el almacén para los empleados y contratistas y se indican en la Tabla 50.

Tabla 50: Insumos

Área	Insumos
Espacio de juegos mecánicos	<ul style="list-style-type: none"> • Insumos para mantenimiento para los juegos mecánicos. • Insumos para el diseño de las instalaciones de los juegos.
Área administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales administrativos. • Insumos para mantenimiento de los equipos de oficina.
Área de servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Insumos de preparación de las comidas. • Insumos para mantenimiento de los servicios.
Área libre	<ul style="list-style-type: none"> • Insumos para el mantenimiento de las pistas, caminos, ciclovías y áreas verdes.

Elaboración propia.

3.5.3 Seguridad e Higiene

La seguridad e higiene tiene un papel muy importante ya que uno de los objetivos del parque es generar conciencia ambiental y social. Además, se deben realizar las medidas indicadas en la normativa de seguridad explicada en el Capítulo 4. Por otro lado, estos factores inciden en la imagen del parque y la eficacia de estos permitirá que los clientes tengan una mayor confianza en este. Asimismo, la seguridad es primordial por las medidas que se deben tomar en el caso de los juegos mecánicos que pueden ser peligrosos u ocurra algún desastre natural u otros imprevistos.

Se definen las condiciones de trabajo, respecto a la temperatura (en oficinas⁸⁵, juegos mecánicos, talleres educativos⁸⁶ y el comedor⁸⁷), la iluminación⁸⁸ y el ruido⁸⁹. Estas condiciones de trabajo se encuentran detalladas en la Tabla 51.

⁸⁵ INSTITUTO SINDICAL DE TRABAJO, AMBIENTE Y SALUD. [Fecha de consulta: 22 de febrero de 2015]. Disponible en: <<http://www.istas.net/web/index.asp?idpagina=1235>>

⁸⁶ PREVENCIÓN DOCENTE. [Fecha de consulta: 22 de febrero de 2015]. Disponible en: <<http://www.preenciondocente.com/riesgosaula.htm>>

⁸⁷ NERGIZA. [Fecha de consulta: 22 de febrero de 2015]. Disponible en: <<http://nergiza.com/cual-es-la-temperatura-ideal-del-aire-acondicionado/>>

⁸⁸ LEDBOX. [Fecha de consulta: 22 de febrero de 2015]. Disponible en: <<http://blog.ledbox.es/informacion-led/637>>

⁸⁹ INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO. [Fecha de consulta: 23 de abril de 2015]. Disponible en: <<http://www.insht.es/Ergonomia2/Contenidos/Promocionales/Ruido%20y%20Vibraciones/ficheros/DTE-AspectosErgonomicosRUIDOVIBRACIONES.pdf>>

Tabla 51: Condiciones de trabajo del parque de diversiones

Actividades	Niveles de temperatura (°C)	Nivel de iluminación (lux)	Niveles de ruido (dB)
Labores administrativas	17 - 27 °C	400 - 700 lux	40 - 50
Juegos mecánicos	Depende del juego	1000 - 2000 lux	60 - 80
Talleres educativos	18 - 22° C	350 - 1000 lux	20 - 30
Comedor	21 - 26 °C	100 - 600 lux	35 - 45

Elaboración propia.

El parque contará con un área de Seguridad con el fin de tener un óptimo manejo de la seguridad en este. Asimismo, se ofrecerán talleres para que los clientes estén educados en temas de seguridad. Además, se entregarán panfletos con información acerca de las pautas de seguridad e higiene en el parque. En caso algún cliente los pierda, el personal al interior del parque les podrá otorgar otro ya que todos contarán con estos folletos.

Esta área también se encargará de la gestión de la higiene en el parque. Para esto contará con el apoyo de personal perteneciente a dos empresas terceras para la seguridad y la higiene. Entre las labores de esta área se encuentran las siguientes: elaborar inspecciones en el local con el fin de encontrar nuevas oportunidades, capacitaciones al personal y a los clientes, entre otras.

3.6 Cronograma del proyecto

En la Tabla 52 se detalla el cronograma del proyecto.

Tabla 52: Cronograma del proyecto

	Año 0												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Estudio de viabilidad	■												
Constitución de la empresa			■										
Autorización del terreno				■	■								
Préstamos					■	■							
Compra de equipos						■	■	■					
Compra de materia prima e insumos							■	■	■				
Pruebas de maquinarias y equipos								■	■	■			
Contratación de personal								■	■	■			
Capacitaciones al personal									■	■	■		
Promoción y publicidad										■	■	■	
Puesta en marcha											■	■	■
Realización de mejoras													■

Elaboración propia.

CAPÍTULO 4: ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

Este estudio establece el marco legal bajo el cual estará regido el proyecto y la estructura organizacional del parque.

4.1 Tipo de sociedad

El tipo de sociedad a emplear para el presente proyecto es el de Sociedad Anónima Cerrada. Se contará con un grupo de accionistas que tendrán mayor responsabilidad en relación al monto que han aportado para la implementación del parque⁹⁰. El capital de la empresa está constituido por acciones, que determinarán el grado de participación para cada accionista.

Además, el parque tendrá un directorio conformado por los socios de la empresa. La cantidad de socios que habrá serán 20 como máximo. También, se contratará a un Gerente General que tendrá como principal función la administración del parque. Este Gerente General será nombrado por el Directorio de Socios y Accionistas y podrá ser uno de los socios del parque. En caso el Gerente General no cumpla con las expectativas de su puesto, puede ser removido de su puesto por los socios.

4.2 Afectación tributaria

De acuerdo a la legislación actual, el proyecto se acogerá al Régimen General del Impuesto a la Renta. Este régimen implica los siguientes impuestos que se deben declarar a la SUNAT: el Impuesto a la Renta y el Impuesto General a la Ventas.

4.2.1 Impuesto a la Renta (IR)

Es el impuesto que grava la renta o ganancia que se ha producido a partir de una inversión o de la rentabilidad de cierto capital⁹¹. En este caso, los ingresos del parque generan rentas de tercera categoría, ya que estas rentas resultan de la realización

⁹⁰ ECONOMÍA Y NEGOCIOS [Fecha de consulta: 13 de junio de 2014]. Disponible en: <http://www.economiaynegocios.cl/mis_finanzas/detalles/detalle_emp.asp?id=287>

⁹¹ PQS.PE [Fecha de consulta: 27 de mayo de 2015]. Disponible en: <<http://pqs.pe/actualidad/noticias/abc-de-la-tributacion-que-es-el-impuesto-la-renta>>

de actividades que constituye un negocio habitual⁹². Por esto, el parque estará sujeto al pago del 28% de su utilidad generada al cierre de año por el Impuesto a la Renta⁹³.

4.2.2 Impuesto General a las Ventas (IGV)

Es un impuesto indirecto que grava operaciones como la prestación o utilización de servicios. Por esto, todos los servicios ofrecidos por el parque de diversiones están sujetos al pago del IGV, que equivale al 18% del monto del bien o servicio. De este porcentaje, el 16% equivale al IGV y el 2% equivale al Impuesto de Promoción Municipal, que grava la importación de bienes afectos al IGV⁹⁴.

4.2.3 Otros impuestos

- Las actividades del parque de diversiones no están sujetas al pago del Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) debido a que no se produce la venta de bienes producidos en territorio nacional en el parque⁹⁵.
- El desembolso y los pagos de las cuotas del préstamo bancario estarán afectos al Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF). Este impuesto grava las operaciones bancarias y tiene en la actualidad una tasa de 0.005%⁹⁶.
- El parque estará sujeto al Impuesto Predial, que grava el valor de los predios urbanos y rústicos y es de periodicidad anual. Este impuesto tiene una tasa de 1% debido a que los ingresos esperados son superiores a los 60 UIT⁹⁷.

4.3 Normas competentes

Según la ley N° 29090, Ley de Regulación de Habilitaciones Urbanas y de Edificaciones, es necesario contar con una Licencia de Edificación. La licencia de

⁹² SUNAT. [Fecha de consulta: 14 de junio de 2014]. Disponible en: <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=45&Itemid=73>

⁹³ CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ. [Fecha de consulta: 13 de diciembre de 2015]. Disponible en: <[http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/ApoyComisiones/comision2011.nsf/DictamenesFuturo/918EE3465E48A06E05257D9D0054E2B0/\\$FILE/ECONOM%C3%8DA_4007-2014-PE_Txt.Fav.Sust.Mayor%C3%ADa.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/ApoyComisiones/comision2011.nsf/DictamenesFuturo/918EE3465E48A06E05257D9D0054E2B0/$FILE/ECONOM%C3%8DA_4007-2014-PE_Txt.Fav.Sust.Mayor%C3%ADa.pdf)>

⁹⁴ SUNAT. [Fecha de consulta: 27 de mayo de 2015]. Disponible en: <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=181:igv-cuadro-resumen&catid=46:igv-isc&Itemid=74>

⁹⁵ SUNAT. [Fecha de consulta: 28 de mayo de 2015]. Disponible en: <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=656:03-tasa-del-itf&catid=101:bancazarizacion-y-medios-de-pago&Itemid=170>

⁹⁶ INTERBANK. [Fecha de consulta: 28 de mayo de 2015]. Disponible en: <<http://www.interbank.com.pe/itf>>

⁹⁷ PORTAL DEL ESTADO PERUANO. [Fecha de consulta: 27 de mayo de 2015]. Disponible en: <http://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/11106/PLAN_11106_Ley%20de%20Tributacion%20Municipal_2010.pdf>

edificación constituye un acto administrativo en el cual las municipalidades otorgan autorización para la ejecución de obras de habilitación urbana o de edificación⁹⁸.

El parque estará sujeto a la modalidad D de la ley N° 29090 debido a que es un espacio en el que se desarrollarán actividades comerciales, culturales, recreativas y de espectáculos y que tendrá un área construida mayor de 30000 m². Además, esta licencia solo será entregada por las autoridades luego de presentar la documentación técnica del proyecto que incluyen los Estudios de Impacto Ambiental y Vial, certificados de edificación y los planos del proyecto⁹⁹.

Asimismo, por la Ley 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, se necesita una Licencia de Funcionamiento para que el parque pueda iniciar sus funciones comerciales. Esta licencia es una autorización que otorgan las autoridades para el desarrollo de actividades comerciales en diversos establecimientos, que en este caso es el parque de diversiones. Con el fin de obtener esta licencia, se verificarán las condiciones de seguridad en las instalaciones por parte de Defensa Civil mediante una Inspección Técnica. Luego de aprobar esta inspección, se obtiene un certificado que es necesario en el proceso de obtención de la licencia¹⁰⁰.

También, se aplica la Norma A.130 Requisitos de Seguridad para el proyecto. Esta norma sostiene que las instalaciones deben cumplir con los requisitos de seguridad necesarios para la protección de las personas y la continuidad de las edificaciones. Se tomarán en cuenta las medidas indicadas en esta norma en el parque y se aplicarán en los juegos mecánicos. Estas medidas están indicadas en el Capítulo 3¹⁰¹.

4.4 Estructura organizacional

El parque estará encabezado por el Directorio de Socios y Accionistas, que designará a un Gerente General que se encargará de la administración del local. Este gerente contará con el apoyo de un estudio jurídico y contable para la asesoría legal y

⁹⁸ TRAMIFACIL. [Fecha de consulta: 27 de mayo de 2015]. Disponible en:
<<http://www.tramifacil.pe/tramites/licenconstr/conceptos>>

⁹⁹ PORTAL DEL ESTADO PERUANO. [Fecha de consulta: 27 de mayo de 2015]. Disponible en:
<http://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/11717/PLAN_11717_REQUISITOS%20LIC%20EDIFICACION_2010.pdf>

¹⁰⁰ JUSTIA PERÚ. [Fecha de consulta: 27 de mayo de 2015]. Disponible en:
<<http://docs.peru.justia.com/federales/leyes/28976-feb-4-2007.pdf>>

¹⁰¹ MINISTERIO DE VIVIENDA, CONSTRUCCIÓN Y SANEAMIENTO. [Fecha de consulta: 02 de marzo de 2015]. Disponible en:
<http://www.vivienda.gob.pe/documentos/documentos_ds_010/4/Norma_A.130_Requisitos_de_Seguridad.pdf>

contable del parque y una secretaria. Además, Se tendrán cuatro áreas, cuyos gerentes o líderes reportarán directamente al Gerente General y al Directorio de Socios y Accionistas. Estas áreas trabajarán de manera conjunta con el fin de que el parque cumpla las metas esperadas y sus actividades se desempeñen correctamente. Las áreas que tendrá el parque se detallan a continuación.

Área de Marketing

Esta área será la encargada de analizar, estudiar y entender el mercado del parque de diversiones. También, se encarga de identificar las necesidades de los clientes y gestionar la promoción y publicidad del parque. Esta área estará liderada por un Gerente de Marketing, el cual tendrá a su cargo un analista de publicidad, un asistente comercial, un asistente de estrategia de mercado, un analista de investigación de mercado, una secretaria y un practicante.

Área de Administración y Finanzas

El área de administración y finanzas tendrá la función de gestionar, administrar y controlar los recursos financieros, humanos, logística y de bienestar¹⁰². Esta área estará a cargo por un Gerente de Administración y Finanzas, el cual tendrá a su cargo un analista de costos, un asistente de planillas, un asistente de tesorería, un analista de operaciones, un analista de planeamiento, un analista de compras, un analista de recursos humanos, una secretaria y un practicante. Además, esta área estará a cargo de los guías, cajeros, el personal de atención y los operadores de los juegos.

Área de Ingeniería

El área de ingeniería es el área que se encarga del mantenimiento de los equipos e infraestructura y de la realización de proyectos en beneficio del parque. Esta área contará con un Gerente de Ingeniería, el cual será el líder de esta área y será el encargado de reportar al Gerente General y Directorio de Socios y Accionistas. Este gerente tendrá a su cargo a un analista de mantenimiento y un asistente de proyectos, una secretaria y un practicante.

¹⁰² SUPERINTENDENCIA DE SALUD. [Fecha de consulta: 27 de mayo de 2015]. Disponible en: <<http://www.supersalud.gob.cl/568/w3-article-8901.html>>

Área de Seguridad

Esta área es la encargada de evaluar y controlar los riesgos, realizar inspecciones en el área de trabajo y monitorear las labores en el parque. Asimismo, se encarga de evaluar temas de seguridad con las demás áreas del parque¹⁰³. Estará liderada por un Gerente de Seguridad, que tendrá a cargo a un asistente de seguridad y un asistente de entrenamiento al personal del parque, una secretaria y un practicante.

La estructura organizacional se presenta resumida en el Gráfico 32.

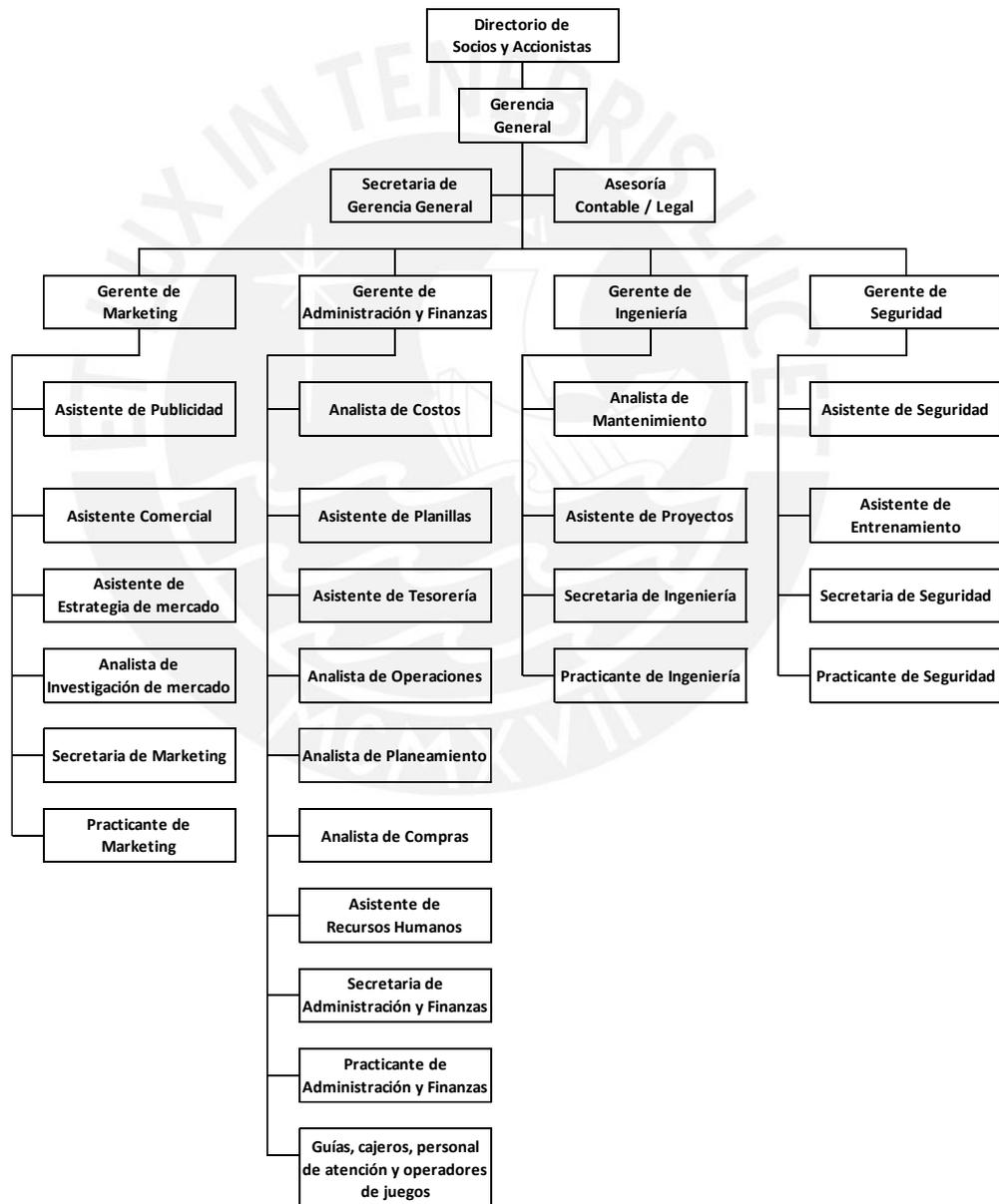


Gráfico 32. Estructura organizacional del parque de diversiones
Elaboración propia.

¹⁰³ UNIVERSIDAD DE MÁLAGA. [Fecha de consulta: 27 de mayo de 2015]. Disponible en: <<http://www.uma.es/ficha.php?id=17949>>

Asimismo, se presenta la Tabla 53 con el resumen de cantidad de personal por área y sus remuneraciones nominales en miles de soles.

Tabla 53: Cantidad y remuneraciones básicas del personal

Personal	Cantidad	Sueldo mensual (S/.)
Gerencia		
Gerente General	1	20.0
Secretaria de Gerencia General	1	1.2
Área de Marketing		
Gerente de Marketing	1	12.0
Asistente de Publicidad	1	2.0
Asistente Comercial	1	2.0
Asistente de Estrategia de mercado	1	2.0
Analista de Investigación de mercado	1	3.0
Secretaria de Marketing	1	1.2
Practicante de Marketing	1	0.8
Área de Administración y Finanzas		
Gerente de Administración y Finanzas	1	9.0
Analista de Costos	1	3.0
Asistente de Planillas	1	2.0
Asistente de Tesorería	1	2.0
Analista de Operaciones	1	3.0
Analista de Planeamiento	1	3.0
Analista de Compras	1	3.0
Asistente de Recursos Humanos	1	2.0
Secretaría de Administración y Finanzas	1	1.2
Practicante de Administración y Finanzas	1	0.8
Área de Ingeniería		
Gerente de Ingeniería	1	9.0
Analista de Mantenimiento	1	3.0
Asistente de Proyectos	1	2.0
Secretaria de Ingeniería	1	1.2
Practicante de Ingeniería	1	0.8
Área de Seguridad		
Gerente de Seguridad	1	9.0
Asistente de Seguridad	1	2.0
Asistente de Entrenamiento	1	2.0
Secretaria de Seguridad	1	1.2
Practicante de Seguridad	1	0.8
Personal de apoyo		
Guía	24	1.0
Cajero	10	1.0
Personal de atención	20	1.0
Operador de juegos	24	1.0

Elaboración propia.

4.5 Funciones del personal

Las funciones de cada empleado varían por el puesto que ejercen y son únicas y de vital importancia para el funcionamiento del parque. Estas se detallan en la Tabla 54.

Tabla 54: Funciones del personal

Puesto	Funciones y/o Responsabilidades
Gerente General	Responsable legal de la organización, dirige y supervisa las labores del parque, reporta a los accionistas, etc.
Gerente de Marketing	Realiza las estrategias de marketing y estudios de mercado.
Asistente de Publicidad	Coordina las actividades publicitarias de la organización y se encarga de definir las alternativas de publicidad a emplear.
Asistente Comercial	Se encarga de generar ideas que beneficien a la organización y de analizar y evaluar la rentabilidad de las líneas de negocio.
Asistente de Estrategia de mercado	Se encarga de planificar las estrategias a realizar con el fin de tener una mayor participación en el mercado.
Analista de Investigación de mercado	Estudia el mercado en cuanto a cambios en el entorno y las acciones de los clientes potenciales.
Gerente de Administración y Finanzas	Planifica, dirige y controla las actividades de apoyo de la empresa. También se encarga de la gestión financiera de esta.
Analista de Costos	Apoya en la realización de estados financieros y el control de gestión de la empresa.
Asistente de Planillas	Responsable de realizar las planillas y pagos del personal.
Asistente de Tesorería	Planifica las acciones a realizar en el área de Tesorería y de la correcta distribución de los ingresos del parque.
Analista de Operaciones	Se encarga de la parte operativa de la organización.
Analista de Planeamiento	Es el encargado de planificar la oferta y demanda del parque.
Analista de Compras	Responsable de realizar compras de insumos o equipamiento.
Asistente de Recursos Humanos	Implementa la política de personal y controla el proceso de selección de personal.
Gerente de Ingeniería	Planifica y dirige el mantenimiento de las instalaciones. Asimismo, aprueba y ejecuta los proyectos de mejora.
Analista de Mantenimiento	Coordina las actividades de mantenimiento de los equipos.
Asistente de Proyectos	Investiga y realiza proyectos en beneficio del parque.
Gerente de Seguridad	Se encarga de la seguridad e higiene en el parque. Asimismo, coordina las labores de entrenamiento del personal del parque.
Asistente de Seguridad	Realiza actividades de apoyo al área de seguridad, coordina capacitaciones, ensayos, simulacros, etc.
Asistente de Entrenamiento	Coordina capacitaciones y actividades de entrenamiento.
Secretarias	Atienden a las áreas del parque, a la gerencia y accionistas.
Practicantes	Realizan actividades de apoyo a las labores de las áreas.
Guías	Apoyan en el uso de los juegos, medidas de seguridad, etc.
Cajeros	Encargados de realizar los cobros en las cajas.
Personal de atención	Realizan tareas de atención a los clientes en lo referente a quejas, reclamos, incomodidades, entre otros.
Operador de juegos	Se encargan de realizar las labores de operación de los juegos. Asimismo, notifican la situación de los juegos y controlan el proceso de estos.

Elaboración propia.

4.6 Requerimientos de personal

El personal debe cumplir con un perfil por puesto, que es detallado en la Tabla 55.

Tabla 55: Requerimientos del personal

Puesto	Perfil
Gerente General	- Egresado(a) de Ingeniería Industrial, Administración y afines. - Experiencia de 8 a 10 años en administración de empresas.
Gerente de Marketing	- Egresado(a) de Administración, Ingeniería Industrial y afines. - Experiencia de 6 a 8 años en marketing.
Asistente de Publicidad	- Egresado(a) de Administración, Ingeniería Industrial y afines. - Experiencia de 1 a 2 años en publicidad.
Asistente Comercial	- Egresado(a) de Administración, Ingeniería Industrial y afines. - Experiencia de 1 a 2 años en el área comercial.
Asistente de Estrategia de mercado	- Egresado(a) de Administración, Ingeniería Industrial y afines. - Experiencia de 1 a 2 años en el área de marketing.
Analista de Investigación de mercado	- Egresado(a) de Administración, Ingeniería Industrial y afines. - Experiencia de 1 a 2 años en el área de marketing.
Gerente de Administración y Finanzas	- Egresado(a) de Ingeniería Industrial, Administración y afines. - Experiencia de 6 a 8 años en administración de empresas.
Analista de Costos	- Egresado(a) de Contabilidad, Administración y afines. - Experiencia de 1 a 2 años en contabilidad y costos.
Asistente de Planillas	- Egresado(a) de Contabilidad, Administración y afines. - Experiencia de 1 a 2 años en control de planillas.
Asistente de Tesorería	- Egresado(a) de Contabilidad, Administración y afines. - Experiencia de 1 a 2 años en tesorería.
Analista de Operaciones	- Egresado(a) de Administración, Ingeniería Industrial y afines. - Experiencia de 1 a 2 años en operaciones.
Analista de Planeamiento	- Egresado(a) de Administración, Ingeniería Industrial y afines. - Experiencia de 1 a 2 años en planeamiento.
Analista de Compras	- Egresado(a) de Contabilidad, Administración y afines. - Experiencia de 1 a 2 años en compras.
Asistente de Recursos Humanos	- Egresado(a) de Administración, Psicología y afines. - Experiencia de 3 a 4 años en recursos humanos.
Gerente de Ingeniería	- Egresado(a) de Ingeniería Mecánica o Ingeniería Mecatrónica. - Experiencia de 6 a 8 años en mantenimiento o proyectos.
Analista de Mantenimiento	- Egresado(a) de Ingeniería Mecánica o Ingeniería Mecatrónica. - Experiencia de 1 a 2 años en mantenimiento.
Asistente de Proyectos	- Egresado(a) de Ingeniería Mecánica o Ingeniería Mecatrónica. - Experiencia de 1 a 2 años en proyectos.
Gerente de Seguridad	- Egresado(a) de Ingeniería de Seguridad o Ingeniería Industrial. - Experiencia de 6 a 8 años en seguridad.
Asistente de Seguridad	- Egresado(a) de Ingeniería de Seguridad o Ingeniería Industrial. - Experiencia de 1 a 2 años en seguridad.
Asistente de Entrenamiento	- Egresado(a) de Ingeniería de Seguridad o Ingeniería Industrial. - Experiencia de 1 a 2 años en entrenamiento de personal.
Secretarias	- Egresadas de carreras técnicas sin experiencia laboral.
Practicantes	- Estudiantes universitarios sin experiencia laboral.
Guías	- Estudiantes universitarios sin experiencia laboral.
Cajeros	- Estudiantes universitarios sin experiencia laboral.
Personal de atención	- Estudiantes universitarios sin experiencia laboral.
Operador de juegos	- Estudiantes universitarios sin experiencia laboral.

Elaboración propia.

CAPÍTULO 5: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

En este capítulo se determinará la inversión total del proyecto, la estructura de capital y la política de financiamiento. Además, se proyectarán los estados financieros a 20 años para determinar la viabilidad económica y financiera de este. También, se hará un análisis de sensibilidad usando las variables críticas del proyecto. Por último, se indica que los montos mostrados en este capítulo son en miles de soles.

5.1 Inversión del proyecto

Se divide en 3 componentes: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo.

5.1.1 Inversión en activos fijos

La inversión en activos fijos se compone de la inversión en terreno, infraestructura, maquinaria y equipos, equipos de oficina y muebles y enseres.

Inversión en terreno

Es el monto a invertir para la compra del terreno. Además, no es afecta al IGV y se detalla en la Tabla 56.

Tabla 56: Inversión en terreno (en miles de soles)

Descripción	Área del inmueble (m ²)	Costo por m ² (miles US\$ / m ²)	Costo total (miles S/.)
Terreno	104,546	0.3	106,637.1

Elaboración propia.

Inversión en infraestructura

Este componente de la inversión contiene los costos en relación a la construcción y diseño de las instalaciones y se detalla en la Tabla 57.

Tabla 57: Inversión en infraestructura (en miles de soles)

Cantidad (m ²)	Activo	Costo unitario (miles S/.) (con IGV)	Costo total (miles S/.) (sin IGV)	IGV (miles S/.)	Costo total (miles S/.) (con IGV)
-	Cableado general	-	203.4	36.6	240.0
-	Sistema de agua y desagüe	-	271.2	48.8	320.0
10,125.0	Estacionamiento	0.12	1,029.7	185.3	1,215.0
2,500.0	Cerco perimétrico	0.16	339.0	61.0	400.0
270.8	Boletería	0.24	55.1	9.9	65.0
270.8	Centro médico	0.30	68.8	12.4	81.2
2,655.2	Edificio administrativo	1.05	2,362.7	425.3	2,788.0
2,166.7	Comedor	0.40	734.5	132.2	866.7
1,015.6	Servicios higiénicos	0.20	172.1	31.0	203.1
4,000.0	Alumbrado exterior	0.01	16.9	3.1	20.0
2,000.0	Pistas	0.12	203.4	36.6	240.0
2,400.0	Veredas	0.07	146.4	26.4	172.8
15,000.0	Vegetación	0.04	508.5	91.5	600.0
	TOTAL		6,111.7	1,100.1	7,211.8

Elaboración propia.

Inversión en maquinaria y equipos

Comprende la inversión en juegos mecánicos y en los diversos equipos o máquinas que se emplearán en el parque. Esta inversión se detalla en las Tablas 58 y 59.

Tabla 58: Inversión en juegos mecánicos (en miles de soles)

Descripción	Procedencia	Precio (miles US\$)	Precio (miles S/.)
Montaña rusa	Italia	840.0	2,856.0
Rueda de la fortuna	Italia	360.0	1,224.0
Mina abandonada	Perú	320.0	1,088.0
Castillo embrujado	Perú	300.0	1,020.0
Tren	Estados Unidos	360.0	1,224.0
Kartódromo	España	320.0	1,088.0
Juegos temáticos	Estados Unidos	200.0	680.0
Juegos educativos	Perú	180.0	612.0
Otros juegos	Perú	100.0	340.0
TOTAL			10,132.0

Elaboración propia.

Tabla 59: Inversión en maquinaria y equipos (en miles de soles)

Cantidad	Activo	Costo unitario (miles S/. (con IGV)	Costo total (miles S/. (sin IGV)	IGV (miles S/.)	Costo total (miles S/. (con IGV)
-	Juegos mecánicos	-	8,586.4	1,545.6	10,132.0
-	Diseño y decoración de juegos mecánicos	-	847.5	152.5	1,000.0
1	Sistemas de tratamiento químico (cloro)	64.00	54.2	9.8	64.0
1	Sistema de monitoreo de agua	10.00	8.5	1.5	10.0
5	Sistema de vigilancia de 20 cámaras	12.50	53.0	9.5	62.5
100	Sensores de movimiento	0.16	13.6	2.4	16.0
1	Sistema de control de asistencia	10.00	8.5	1.5	10.0
1	Sistema contador de clientes	6.00	5.1	0.9	6.0
1	Grupo electrógeno	60.00	50.8	9.2	60.0
50	Extintores	0.50	21.2	3.8	25.0
40	Aparatos de primeros auxilios	0.32	10.8	2.0	12.8
5	Vehículos internos	24.00	101.7	18.3	120.0
3	Camioneta	55.00	139.8	25.2	165.0
80	Mesas de "picnic"	0.40	27.1	4.9	32.0
200	Bancas	0.28	47.5	8.5	56.0
60	Tachos de basura	0.05	2.5	0.5	3.0
150	Mesas con sombrilla para "food court"	0.42	53.4	9.6	63.0
1000	Sillas para "food court"	0.03	27.1	4.9	32.0
36	Surtidores de agua potable	0.64	19.5	3.5	23.0
10	Teléfonos públicos de emergencia	1.00	8.5	1.5	10.0
-	Paneles de información y señalización	-	84.7	15.3	100.0
TOTAL			10,171.5	1,830.9	12,002.3

Elaboración propia.

Inversión en equipos de oficina

Es el monto a invertir en los equipos de oficina para su uso en las labores administrativas y se detalla en la Tabla 60.

Tabla 60: Inversión en equipos de oficina (en miles de soles)

Cantidad	Activo	Costo unitario (miles S/.) (con IGV)	Costo total (miles S/.) (sin IGV)	IGV (miles S/.)	Costo total (miles S/.) (con IGV)
50	Computadoras	1.80	76.3	13.7	90.0
1	Servidor y red de comunicaciones	15.00	12.7	2.3	15.0
50	Escritorios	1.20	50.8	9.2	60.0
50	Sillas de oficina	0.16	6.8	1.2	8.0
50	Teléfonos IP	0.32	13.6	2.4	16.0
1	Central telefónica IP	12.00	10.2	1.8	12.0
1	Sistema de perifoneo	7.50	6.4	1.1	7.5
1	Proyector	5.00	4.2	0.8	5.0
5	Impresoras	0.60	2.5	0.5	3.0
TOTAL			183.5	33.0	216.5

Elaboración propia.

Inversión en muebles y enseres

Es la inversión en la mueblería y diseño del parque y es detallada en la Tabla 61.

Tabla 61: Inversión en muebles y enseres (en miles de soles)

Cantidad	Activo	Costo unitario (miles S/.) (con IGV)	Costo total (miles S/.) (sin IGV)	IGV (miles S/.)	Costo total (miles S/.) (con IGV)
4	Sofá	1.80	6.1	1.1	7.2
100	Sillas	0.08	6.4	1.1	7.5
16	Mesas de trabajo	0.40	5.4	1.0	6.4
16	Estantes	0.32	4.3	0.8	5.1
TOTAL			22.2	4.0	26.2

Elaboración propia.

Resumen de inversión en activos fijos

En la Tabla 62 se detalla el resumen de la inversión en activos fijos.

Tabla 62: Inversión en activos fijos (en miles de soles)

Categoría	Costo total (miles S/.) (sin IGV)	IGV (miles S/.)	Costo total (miles S/.) (con IGV)
Terreno	106,637.1		106,637.1
Infraestructura	6,111.7	1,100.1	7,211.8
Maquinaria y equipos	10,171.5	1,830.9	12,002.3
Equipos de oficina	183.5	33.0	216.5
Muebles y enseres	22.2	4.0	26.2
TOTAL	123,125.9	2,968.0	126,093.9

Elaboración propia.

5.1.2 Inversión en activos intangibles

Se compone de la inversión en trámites de constitución, desarrollo de servicios y el costo de ingeniería del proyecto.

Inversión en trámites de constitución

Es el monto total por conceptos de búsqueda y reserva de nombre en la SUNARP¹⁰⁴, inscripción de registros públicos, minuta y elevación a escritura pública¹⁰⁵, licencia municipal, autorización de espectáculos no deportivos¹⁰⁶, inspección técnica de seguridad¹⁰⁷ y licencia de edificación (modalidad C)¹⁰⁸.

Tabla 63: Inversión en trámites de constitución (en miles de soles)

Descripción	Costo total (miles S./.) (sin IGV)	IGV (miles S./.)	Costo total (miles S./.) (con IGV)
Búsqueda y reserva de nombre - SUNARP	0.02	0.00	0.03
Minuta y elevación a escritura pública	0.54	0.10	0.64
Licencia municipal de funcionamiento	0.05	0.01	0.06
Licencia de obra	0.60	0.11	0.71
Inspección técnica de seguridad	2.00	0.36	2.36
Autorización de espectáculos públicos no deportivos	0.07	0.01	0.09
TOTAL	3.3	0.6	3.9

Fuente: SUNARP. Municipalidad de Ate. Defensa Civil.

Inversión en desarrollo de servicios

Esta inversión es el monto total por conceptos de capacitación de personal, desarrollo e implementación de ERP, diseño y hosting de página web y licencias de software.

Tabla 64: Inversión en desarrollo de servicios (en miles de soles)

Descripción	Costo total (miles S./.) (sin IGV)	IGV (miles S./.)	Costo total (miles S./.) (con IGV)
Capacitación de personal	60.0	10.8	70.8
Desarrollo e implementación ERP	240.0	43.2	283.2
Diseño y hosting de página web	1.5	0.3	1.8
Licencias de software (varios)	80.0	14.4	94.4
TOTAL	381.5	68.7	450.2

Elaboración propia.

¹⁰⁴ SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE REGISTROS PÚBLICOS. [Fecha de consulta: 29 de diciembre de 2015]. Disponible en: <https://sid.sunarp.gob.pe/sid/recursos/Requisitos/requisitos_para_el_cumplimiento.pdf>

¹⁰⁵ PQS.PE. [Fecha de consulta: 29 de diciembre de 2015]. Disponible en: <<http://pgs.pe/actualidad/noticias/pasos-para-inscribir-en-registros-publicos-nuestra-empresa>>

¹⁰⁶ MUNICIPALIDAD DE ATE. [Fecha de consulta: 29 de diciembre de 2015]. Disponible en: <http://www.muniate.gob.pe/ate/files/licenciaFuncionamiento/PROCEDIMIENTO/sec_tupa_lic_fun_2014.pdf>

¹⁰⁷ INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA CIVIL. [Fecha de consulta: 29 de diciembre de 2015]. Disponible en: <http://www.indeci.gob.pe/oit/cua_costo_renov_itsdc.pdf>

¹⁰⁸ MUNICIPALIDAD DE ATE. [Fecha de consulta: 29 de diciembre de 2015]. Disponible en: <http://www.muniate.gob.pe/ate/files/licenciaEdificacion/PROCEDIMIENTO/3_Secc.pdf>

Costo de ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto se realizará por medio de una contratista que será seleccionada en un proceso de licitación. El monto del contrato a licitar será de 5% del monto total en activos fijos, siendo considerado este monto como inversiones imprevistas. Asimismo, se considera este monto por la envergadura del proyecto y la cantidad de mano de obra necesaria para su implementación.

Tabla 65: Costo de ingeniería del proyecto (en miles de soles)

Descripción	Costo total (miles S/.) (sin IGV)	IGV (miles S/.)	Costo total (miles S/.) (con IGV)
Costo de ingeniería del proyecto	5,343.0	961.7	6,304.7
TOTAL	5,343.0	961.7	6,304.7

Elaboración propia.

Resumen de inversión en activos intangibles

En la Tabla 66 se detalla la inversión en activos intangibles del proyecto.

Tabla 66: Inversión en activos intangibles (en miles de soles)

Descripción	Costo total (miles S/.) (sin IGV)	IGV (miles S/.)	Costo total (miles S/.) (con IGV)
Trámites de constitución	3.3	0.6	3.9
Capacitaciones y desarrollo de servicios	381.5	68.7	450.2
Costo de ingeniería del proyecto	5,343.0	961.7	6,304.7
TOTAL	5,727.7	1,031.0	6,758.7

Elaboración propia.

5.1.3 Inversión en capital de trabajo

El capital de trabajo es la cantidad de recursos que son necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo. Con el fin de hallar el capital de trabajo del año 1, se necesita calcular el costo operativo de este año y analizar el método a emplear para hallar este capital.

En este trabajo, se empleará el método del periodo de desfase¹⁰⁹. Este método consiste en analizar los egresos del año 1 (costos operativos) y hallar el capital de trabajo considerando el ciclo de pago del proyecto.

¹⁰⁹ BELTRÁN, Arlette y Hanny CUEVA. Evaluación privada de proyectos. Lima. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, 2007.

Con el fin de hallar el costo operativo anual del año 1, se cuantifica el costo total por los siguientes conceptos: costos de ventas (materiales directos y MOD), gastos administrativos (gastos de personal y costos de los servicios), gastos de ventas (publicidad) y el costo de ingeniería del proyecto (inversiones imprevistas). Cabe indicar que los costos de MOD y gastos de personal no están afectas al IGV.

Tabla 67: Costo operativo del parque en el año 1 (en miles de soles)

Clasificación	Componente	Costo total (miles S/.) (con IGV)
Costos de Ventas	Materiales Directos	118.0
	MOD*	1,046.4
Gastos Administrativos	Gastos de Personal*	1,610.1
	Servicios	4,460.4
Gastos de Ventas	Publicidad	5,015.0
Otros	Inversiones Imprevistas (5% de inversión)	6,304.7
Costo operativo anual		18,554.6

Elaboración propia.

Luego, se define que el ciclo de pago del proyecto será de 360 días y el instrumento de cobro será una carta de crédito con el fin de minimizar el riesgo de insolvencia. A continuación, se procede a hallar el capital de trabajo con la siguiente fórmula.

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{(\text{Costo operativo anual}) * (\text{Ciclo de pago})}{360} = S / . 18'554,572.76$$

5.1.4 Inversión total

A continuación, se indica la inversión total del proyecto en el año 0. Esta es la suma total por inversión de activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo. La inversión en activos fijos conforma la mayor parte de la inversión del proyecto, siendo el 92.5% del total de este. La inversión total se detalle en la Tabla 68.

Tabla 68: Inversión total (en miles de soles)

Descripción	Costo total (miles S/.) (sin IGV)	IGV (miles S/.)	Costo total (miles S/.) (con IGV)
Activos fijos	123,125.9	2,968.0	126,093.9
Activos intangibles	5,727.7	1,031.0	6,758.7
Capital de trabajo	18,554.6		18,554.6
TOTAL	147,408.3	3,999.0	151,407.2

Elaboración propia.

5.1.5 Reinversiones

Se ejecutarán reinversiones debido a la renovación de las atracciones del parque en el horizonte de 20 años del proyecto. Estas reinversiones serán equivalentes al 5% de la inversión inicial del proyecto y serán efectuadas cada cuatro años, a excepción del año 20, que será el año de liquidación del proyecto y se detallan en la Tabla 69.

Tabla 69: Reinversiones (en miles de soles)

Descripción	Costo total (miles S./.)
Reinversiones	6,304.7
TOTAL	6,304.7

Elaboración propia.

5.2 Financiamiento del proyecto

En esta sección se determinará la mejor opción para el financiamiento del proyecto. Asimismo, se establecerá el Costo de Oportunidad de Capital (COK) y el Costo Ponderado de Capital (WACC).

5.2.1 Estructura de financiamiento

El proyecto de implementar el parque de diversiones en Lima es muy grande, por lo que las opciones de financiamiento se verán limitadas debido a que la mayoría de bancos en el Perú solo financian a pequeñas y medias empresas y no a las grandes. Por este motivo, se recurre a las opciones de financiamiento provistas por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Esta opción de financiamiento se justifica debido a que el parque a implementar es un proyecto innovador y con fines de desarrollo ambiental, social y cultural. Estos son los requisitos fundamentales para aplicar a un financiamiento con el BID y por este motivo se financiarán los activos fijos, activos intangibles y el capital de trabajo por medio de este banco. Asimismo, se agrega que en los casos de financiamiento de activos y el capital de trabajo se emplean la tasa máxima de 9.34% (incluyendo comisiones y demás gastos en moneda nacional)¹¹⁰.

¹¹⁰ BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. [Fecha de consulta: 29 de diciembre de 2015]. Disponible en: <<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=35775840>>

Por último, es importante mencionar que este financiamiento solo será como máximo el 40% del total de los activos y capital de trabajo. Por esto, las condiciones de financiamiento del proyecto serán las presentadas en la Tabla 70.

Tabla 70: Condiciones de financiamiento (en miles de soles)

Financiamiento	Activos fijos + intangibles	Capital de trabajo	Activos fijos + intangibles (miles S./.)	Capital de trabajo (miles S./.)	Total (miles S./.)
Aporte propio	60%	60%	79,711.6	11,132.7	90,844.3
Financiamiento externo	40%	40%	53,141.1	7,421.8	60,562.9
		TOTAL	132,852.7	18,554.6	151,407.2

Elaboración propia.

El periodo de pago del financiamiento de los activos será de 10 años y para el de capital de trabajo será de 1 año. El detalle del cronograma de inversiones del capital de trabajo se encuentra en el Anexo 14¹¹¹ y el de los activos en el Anexo 15¹¹².

5.2.2 Costo de Oportunidad de Capital

Se empleará el Modelo de Precios de los Activos de Capital (CAPM) para calcular el Costo de Oportunidad de Capital (COK). Para realizar este cálculo se usará el Riesgo País (Rpaís), la Tasa Libre de Riesgo (Rf), la Prima del Mercado (Rm) y un valor de beta referencial al mercado de EEUU ajustado para el mercado local¹¹³.

Para calcular el beta ajustado, se utiliza la Tasa Efectiva de Impuesto (T). Esta tasa equivale al valor del Impuesto a la Renta en el Perú, que es de 28%. En el caso de EEUU, esta tasa varía entre 15-39% por impuesto federal¹¹⁴, 0-12% por impuesto estatal¹¹⁵ y 0-3% por impuesto local. Esto indica que la tasa se encuentra entre 15-54%. Para el presente cálculo se usará el valor de 45% como tasa promedio. Además, según la página Damoradan Online, se obtiene que el valor de beta del sector no apalancado es 1.06¹¹⁶. El Riesgo País en el Perú equivale a 1.68%¹¹⁷. También, la Prima del Mercado es 11.09% y la Tasa Libre de Riesgo es 4.79%¹¹⁸.

¹¹¹ Ver Anexo 14: Detalle mensual del cronograma de inversiones del capital de trabajo

¹¹² Ver Anexo 15: Detalle mensual del cronograma de inversiones de activos

¹¹³ INDICE PERÚ. [Fecha de consulta: 05 de noviembre de 2014]. Disponible en: <<http://www.indiceperu.com/lecturas/paper06.pdf>>

¹¹⁴ TAX FOUNDATION. [Fecha de consulta: 05 de noviembre de 2014]. Disponible en: <<http://taxfoundation.org/article/federal-corporate-income-tax-rates-income-years-1909-2012>>

¹¹⁵ TAX FOUNDATION. [Fecha de consulta: 05 de noviembre de 2014]. Disponible en: <<http://taxfoundation.org/article/state-corporate-income-tax-rates>>

¹¹⁶ DAMORADAN ONLINE. [Fecha de consulta: 05 de noviembre de 2014]. Disponible en: <http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html>

¹¹⁷ GESTIÓN. [Fecha de consulta: 05 de noviembre de 2014]. Disponible en: <<http://gestion.pe/economia/riesgo-pais-peru-subio-dos-puntos-basicos-168-puntos-porcentuales-2112920>>

¹¹⁸ INDICE PERÚ. [Fecha de consulta: 05 de agosto de 2014] Disponible en: <<http://www.indiceperu.com/lecturas/paper04.pdf>>

Asimismo, para este proyecto el Ratio Deuda / Patrimonio (B/C) es 150%. Para hallar el beta del sector y el COK se emplean las siguientes fórmulas:

$$\beta_{apalancado} = \beta_{desapalancado} + (1 + (1 - T) * \frac{B}{C}) = 2.20$$

$$COK = R_{país} + \beta_{apalancado} * (R_m - R_f) + R_f = 20.36\%$$

En la Tabla 71 se presenta el resumen de los parámetros empleados para el cálculo de Costo de Oportunidad de Capital (COK).

Tabla 71: Costo de Oportunidad de Capital

Concepto	Valor
Deuda/Patrimonio (B/C)	150.00%
Tasa Efectiva de Impuesto (T)	28%
Beta del sector (desapalancado)	1.06
Riesgo País (Rpaís)	1.68%
Beta del sector (apalancado)	2.20
Prima del Mercado (Rm)	11.09%
Tasa Libre de Riesgo (Rf)	4.79%
COK	20.36%

Elaboración propia.

5.2.3 Costo Ponderado de Capital

Los activos y el capital de trabajo serán financiados en 60% de su monto mediante aportes de capital y 40% de este por financiamiento externo, que será realizado en el Banco Interamericano de Desarrollo con un TCEA equivalente a 9.34%.

En la Tabla 72 se indican los parámetros y la fórmula a emplear para el cálculo del Costo Ponderado de Capital (WACC), que equivale a 15,95%.

$$WACC = \frac{B * TEA * (1 - T) + C * COK}{I} = 15,95\%$$

Tabla 72: Costo Ponderado de Capital

	Monto (miles S/.)	%	Costo (a.i.)	Costo (d.i.)
Deuda	60,562.9	40%	12.97%	9.34%
Aporte propio	90,844.3	60%	20.36%	20.36%
TOTAL	151,407.2			15.95%

Elaboración propia.

5.3 Presupuestos de ingresos y egresos

En esta sección se detallan los presupuestos de ingresos y egresos a lo largo del proyecto y sus respectivos componentes.

5.3.1 Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos consiste en los ingresos generados por las entradas al parque de diversiones y el uso de los servicios del parque de diversiones.

Respecto a los ingresos por las entradas del parque, este se genera multiplicando el costo promedio de la visita al parque por tipo de edad o visita¹¹⁹ por la demanda de personas dentro de este rango por año.

Por otro lado, los ingresos generados por el uso de los servicios del parque de diversiones se determinan como el producto del gasto promedio por visitante por la demanda de personas mayores de 18 años durante este rango. A continuación, se determina el gasto promedio en los servicios con información de la encuesta¹²⁰.

$$Gp = \sum_{i=1}^5 Xi * Ri = 25 * 0.05 + 37.5 * 0.16 + 62.5 * 0.28 + 87.5 * 0.34 + 100 * 0.17 = S / .71,3$$

Donde:

Gp: Gasto promedio

Xi: Gasto promedio en el rango i (i = 1, 2, 3, 4 o 5)

Ri: % de personas cuyo gasto promedio se encuentra en el rango i

Con esta información se determinan los ingresos en el horizonte del proyecto. Para el pronóstico presentado solo se ha considerado el incremento de la demanda anual con el precio indicado en el Capítulo II y el gasto promedio calculado en este acápite. Esto indica que se trabajará con precios constantes y estos incluyen el IGV.

En la Tabla 73 y 74 se presentan los ingresos previstos en el horizonte del proyecto (por tipo de visita). El detalle de los ingresos y su relación con la demanda se encuentra en el Anexo 16¹²¹.

¹¹⁹ Ver Capítulo II: Sección 2.6.3. Precio

¹²⁰ Ver Capítulo II: Sección 2.1.1. Encuesta – Pregunta 11

¹²¹ Ver Anexo 16: Detalle del presupuesto de ingresos del parque de diversiones

Tabla 73: Presupuesto de ingresos del año 1 al año 10 (en miles de soles)

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Visitas	7,176.4	14,539.5	22,092.7	29,839.9	37,784.8	45,931.2	54,283.0	62,844.2	71,618.8	80,610.9
Visitas en familia	3,907.3	7,916.1	12,028.6	16,246.6	20,572.2	25,007.6	29,554.8	34,216.0	38,993.4	43,889.3
Visitas con amigos	1,963.9	3,978.8	6,045.8	8,165.8	10,340.0	12,569.3	14,854.8	17,197.6	19,598.9	22,059.6
Visitas de excursiones	792.0	1,604.6	2,438.3	3,293.3	4,170.1	5,069.2	5,990.9	6,935.8	7,904.2	8,896.6
Otras visitas	513.3	1,039.9	1,580.1	2,134.2	2,702.5	3,285.1	3,882.4	4,494.8	5,122.3	5,765.5
Gastos en servicios	4,926.0	9,980.1	15,164.8	20,482.6	25,936.1	31,527.9	37,260.7	43,137.3	49,160.3	55,332.6
Visitas en familia	2,908.3	5,892.3	8,953.3	12,092.9	15,312.7	18,614.1	21,998.7	25,468.2	29,024.2	32,668.4
Visitas con amigos	1,181.8	2,394.2	3,638.0	4,913.8	6,222.1	7,563.5	8,938.8	10,348.6	11,793.6	13,274.3
Visitas de excursiones	527.1	1,067.9	1,622.6	2,191.6	2,775.2	3,373.5	3,986.9	4,615.7	5,260.2	5,920.6
Otras visitas	308.9	625.8	950.8	1,284.3	1,626.2	1,976.8	2,336.2	2,704.7	3,082.4	3,469.4
Ingresos sin IGV (miles S/.)	9,924.0	20,106.1	30,551.2	41,264.4	52,251.1	63,516.4	75,065.8	86,904.8	99,038.9	111,473.7
IGV (miles S/.)	2,178.4	4,413.5	6,706.4	9,058.0	11,469.8	13,942.6	16,477.9	19,076.7	21,740.2	24,469.8
Ingresos totales (miles S/.)	12,102.5	24,519.6	37,257.5	50,322.5	63,720.8	77,459.1	91,543.7	105,981.4	120,779.1	135,943.6

Elaboración propia.

Tabla 74: Presupuesto de ingresos del año 11 al año 20 (en miles de soles)

Descripción	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
Visitas	89,736.1	99,068.7	108,612.3	118,370.7	128,347.6	138,547.0	148,972.6	159,628.6	170,518.8	181,647.4
Visitas en familia	48,857.5	53,938.7	59,134.8	64,447.8	69,879.9	75,433.0	81,109.3	86,911.0	92,840.3	98,899.4
Visitas con amigos	24,556.8	27,110.7	29,722.3	32,392.8	35,123.0	37,914.1	40,767.1	43,683.2	46,663.4	49,708.8
Visitas de excursiones	9,903.7	10,933.7	11,987.0	13,063.9	14,165.0	15,290.7	16,441.3	17,617.3	18,819.2	20,047.4
Otras visitas	6,418.1	7,085.6	7,768.2	8,466.1	9,179.7	9,909.2	10,654.9	11,417.0	12,195.9	12,991.8
Gastos en servicios	61,596.3	68,002.3	74,553.2	81,251.5	88,099.9	95,100.9	102,257.2	109,571.6	117,046.8	124,685.7
Visitas en familia	36,366.5	40,148.6	44,016.2	47,970.9	52,014.2	56,147.6	60,372.7	64,691.1	69,104.5	73,614.4
Visitas con amigos	14,777.0	16,313.8	17,885.3	19,492.2	21,135.2	22,814.7	24,531.5	26,286.2	28,079.5	29,912.1
Visitas de excursiones	6,590.8	7,276.2	7,977.2	8,693.9	9,426.7	10,175.8	10,941.5	11,724.2	12,524.0	13,341.4
Otras visitas	3,862.1	4,263.7	4,674.5	5,094.5	5,523.9	5,962.8	6,411.5	6,870.1	7,338.8	7,817.8
Ingresos sin IGV (miles S/.)	124,092.6	136,998.2	150,195.7	163,690.2	177,487.0	191,591.2	206,008.5	220,744.2	235,803.8	251,193.1
IGV (miles S/.)	27,239.8	30,072.8	32,969.8	35,932.0	38,960.6	42,056.6	45,221.4	48,456.0	51,761.8	55,140.0
Ingresos totales (miles S/.)	151,332.4	167,071.0	183,165.5	199,622.2	216,447.5	233,647.9	251,229.9	269,200.2	287,565.6	306,333.1

Elaboración propia.

5.3.2 Presupuesto de costos

El presupuesto de costos del proyecto consiste en los costos de ventas, que incluye los costos por materiales directos, mano de obra directa y los servicios a contratar.

En relación a los materiales directos, el parque contará con los insumos presentados en el Capítulo III¹²². Asimismo, se indica que la mayor cantidad de servicios serán realizados por medio de contratistas, los cuales deben contar con su propio inventario de materia prima como requerimiento previo a la firma del contrato.

También, se permitirá que las empresas contratistas empleen el almacén del parque con el fin que puedan realizar sus tareas cotidianas con facilidad. Por último, el parque solo estará a cargo del material administrativo del parque presentado en la Tabla 75 y 76. Además, se detalla este presupuesto en el Anexo 17¹²³.

¹²² Ver Capítulo III: Sección 3.5.2. Insumos

¹²³ Ver Anexo 17: Presupuesto de costos de materiales directos

Tabla 75: Presupuesto de MD del año 1 al año 10 (en miles de soles)

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Materiales Directos	100.0	102.5	105.1	107.7	110.4	113.1	116.0	118.9	121.8	124.9
TOTAL (sin IGV) (miles S./.)	100.0	102.5	105.1	107.7	110.4	113.1	116.0	118.9	121.8	124.9
IGV (miles S./.)	18.0	18.5	18.9	19.4	19.9	20.4	20.9	21.4	21.9	22.5
MONTO TOTAL (miles S./.)	118.0	121.0	124.0	127.1	130.2	133.5	136.8	140.3	143.8	147.4

Elaboración propia.

Tabla 76: Presupuesto de MD del año 11 al año 20 (en miles de soles)

Descripción	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
Materiales Directos	128.0	131.2	134.5	137.9	141.3	144.8	148.5	152.2	156.0	159.9
TOTAL (sin IGV) (miles S./.)	128.0	131.2	134.5	137.9	141.3	144.8	148.5	152.2	156.0	159.9
IGV (miles S./.)	23.0	23.6	24.2	24.8	25.4	26.1	26.7	27.4	28.1	28.8
MONTO TOTAL (miles S./.)	151.0	154.8	158.7	162.7	166.7	170.9	175.2	179.6	184.0	188.6

Elaboración propia.

La Mano de Obra Directa (MOD) consiste del personal de apoyo como secretarías, practicantes, guías, cajeros, personal de atención al cliente y los operadores de juegos. Los sueldos mensuales a presentar presentan variaciones con el fin de contar con una política de aumento de sueldos y se detallan en la Tabla 77 y 78.

Tabla 77: Sueldos mensuales de MOD del año 1 al año 10 (en miles de soles)

Puesto	Cantidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Secretaría	5	1.2	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3
Practicante	4	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9
Guía	24	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
Cajero	10	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
Personal de atención	20	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
Operador de juegos	24	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
TOTAL (miles S./.)	87.0	6.0	6.1	6.2	6.2	6.3	6.4	6.5	6.5	6.6	6.7

Elaboración propia.

Tabla 78: Sueldos mensuales de MOD del año 11 al año 20 (en miles de soles)

Puesto	Cantidad	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
Secretaría	5	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	1.5	1.5	1.5	1.5
Practicante	8	0.9	0.9	0.9	0.9	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Guía	36	1.1	1.1	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3
Cajero	16	1.1	1.1	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3
Personal de atención	30	1.1	1.1	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3
Operador de juegos	30	1.1	1.1	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3
TOTAL (miles S./.)	125	6.8	6.9	7.0	7.1	7.1	7.2	7.3	7.4	7.5	7.6

Elaboración propia.

Luego, se calculan los presupuestos anuales del personal MOD en el horizonte del proyecto. Este presupuesto se halla mediante el producto de la cantidad de personal por puesto por el sueldo de este personal por periodo, que es de 1 año.

Respecto a la cantidad de personal, se estima que al inicio de las operaciones del parque hasta el año 10 se requerirá de 5 secretarías, 4 practicantes, 24 guías, 10 cajeros, 20 empleados de atención al cliente y 24 operadores de juegos.

En los siguientes 10 años, se aumentará el personal MOD debido al incremento de la demanda. De esta manera, el parque contará con 8 practicantes, 36 guías, 16 cajeros, 30 empleados de atención al cliente y 30 operadores de juegos.

Con esta información, se procede a calcular los presupuestos anuales del personal MOD en el horizonte del proyecto y estos se muestran en la Tabla 79 y 80. El detalle de este presupuesto se encuentra en el Anexo 18¹²⁴.

Tabla 79: Presupuesto de MOD del año 1 al año 10 (en miles de soles)

Puesto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Secretaría	14.4	14.6	14.8	14.9	15.1	15.3	15.5	15.7	15.9	16.1
Practicante	9.6	9.7	9.8	10.0	10.1	10.2	10.3	10.5	10.6	10.7
Guía	12.0	12.2	12.3	12.5	12.6	12.8	12.9	13.1	13.3	13.4
Cajero	12.0	12.2	12.3	12.5	12.6	12.8	12.9	13.1	13.3	13.4
Personal de atención	12.0	12.2	12.3	12.5	12.6	12.8	12.9	13.1	13.3	13.4
Operador de juegos	12.0	12.2	12.3	12.5	12.6	12.8	12.9	13.1	13.3	13.4
TOTAL (miles S/.)	72.0	72.9	73.8	74.7	75.7	76.6	77.6	78.5	79.5	80.5
Total Anual (miles S/.)	1,046.4	1,059.5	1,072.7	1,086.1	1,099.7	1,113.5	1,127.4	1,141.5	1,155.7	1,170.2

Elaboración propia.

Tabla 80: Presupuesto de MOD del año 11 al año 20 (en miles de soles)

Puesto	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
Secretaría	16.3	16.5	16.7	16.9	17.1	17.3	17.6	17.8	18.0	18.2
Practicante	10.9	11.0	11.1	11.3	11.4	11.6	11.7	11.9	12.0	12.2
Guía	13.6	13.8	13.9	14.1	14.3	14.5	14.6	14.8	15.0	15.2
Cajero	13.6	13.8	13.9	14.1	14.3	14.5	14.6	14.8	15.0	15.2
Personal de atención	13.6	13.8	13.9	14.1	14.3	14.5	14.6	14.8	15.0	15.2
Operador de juegos	13.6	13.8	13.9	14.1	14.3	14.5	14.6	14.8	15.0	15.2
TOTAL (miles S/.)	81.5	82.5	83.6	84.6	85.7	86.7	87.8	88.9	90.0	91.2
Total Anual (miles S/.)	1,690.3	1,711.4	1,732.8	1,754.4	1,776.4	1,798.6	1,821.1	1,843.8	1,866.9	1,890.2

Elaboración propia.

A continuación, se indican los costos mensuales en el Año 1 para los servicios en la Tabla 81 y estos se encuentran detallados en el Anexo 19¹²⁵.

¹²⁴ Ver Anexo 18: Presupuesto de costos de mano de obra directa

¹²⁵ Ver Anexo 19: Presupuesto de costos mensuales por servicios contratados en el año 1

Tabla 81: Costo mensual de servicios en el año 1 (en miles de soles)

Descripción	Costo mensual (miles S./.)
Agua y desagüe	45.0
Electricidad	198.0
Teléfono	5.0
Cable	5.0
Internet	5.0
Limpieza	30.0
Mantenimiento	50.0
Vigilancia	60.0
Centro médico	20.0
TOTAL (sin IGV) (miles S./.)	418.0
IGV (miles S./.)	75.2
TOTAL (miles S./.)	493.2

Elaboración propia.

Luego, se calculan los costos anuales por concepto de servicios y se indican en la Tabla 82 y 83 en el horizonte del proyecto. Estos costos, que varían en relación a la demanda, se detallan en el Anexo 20¹²⁶.

Tabla 82: Costo de servicios del año 1 al año 10 (en miles de soles)

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Agua y desagüe	540.0	546.8	553.6	560.5	567.5	574.6	581.8	589.1	596.4	603.9
Electricidad	2,376.0	2,405.7	2,435.8	2,466.2	2,497.0	2,528.3	2,559.9	2,591.9	2,624.3	2,657.1
Teléfono	60.0	60.8	61.5	62.3	63.1	63.8	64.6	65.5	66.3	67.1
Cable	60.0	60.8	61.5	62.3	63.1	63.8	64.6	65.5	66.3	67.1
Internet	60.0	60.8	61.5	62.3	63.1	63.8	64.6	65.5	66.3	67.1
Limpieza	360.0	364.5	369.1	373.7	378.3	383.1	387.9	392.7	397.6	402.6
Mantenimiento	600.0	607.5	615.1	622.8	630.6	638.4	646.4	654.5	662.7	671.0
Vigilancia	720.0	729.0	738.1	747.3	756.7	766.1	775.7	785.4	795.2	805.2
Centro médico	240.0	243.0	246.0	249.1	252.2	255.4	258.6	261.8	265.1	268.4
TOTAL (sin IGV) (miles S./.)	5,016.0	5,078.7	5,142.2	5,206.5	5,271.5	5,337.4	5,404.2	5,471.7	5,540.1	5,609.4
IGV (miles S./.)	902.9	914.2	925.6	937.2	948.9	960.7	972.7	984.9	997.2	1,009.7
TOTAL (miles S./.)	5,918.9	5,992.9	6,067.8	6,143.6	6,220.4	6,298.2	6,376.9	6,456.6	6,537.3	6,619.0

Elaboración propia.

Tabla 83: Costo de servicios del año 11 al año 20 (en miles de soles)

Descripción	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
Agua y desagüe	611.4	619.1	626.8	634.6	642.6	650.6	658.7	667.0	675.3	683.8
Electricidad	2,690.3	2,723.9	2,758.0	2,792.4	2,827.3	2,862.7	2,898.5	2,934.7	2,971.4	3,008.5
Teléfono	67.9	68.8	69.6	70.5	71.4	72.3	73.2	74.1	75.0	76.0
Cable	67.9	68.8	69.6	70.5	71.4	72.3	73.2	74.1	75.0	76.0
Internet	67.9	68.8	69.6	70.5	71.4	72.3	73.2	74.1	75.0	76.0
Limpieza	407.6	412.7	417.9	423.1	428.4	433.7	439.2	444.6	450.2	455.8
Mantenimiento	679.4	687.9	696.5	705.2	714.0	722.9	731.9	741.1	750.3	759.7
Vigilancia	815.2	825.4	835.7	846.2	856.8	867.5	878.3	889.3	900.4	911.7
Centro médico	271.7	275.1	278.6	282.1	285.6	289.2	292.8	296.4	300.1	303.9
TOTAL (sin IGV) (miles S./.)	5,679.5	5,750.5	5,822.3	5,895.1	5,968.8	6,043.4	6,119.0	6,195.5	6,272.9	6,351.3
IGV (miles S./.)	1,022.3	1,035.1	1,048.0	1,061.1	1,074.4	1,087.8	1,101.4	1,115.2	1,129.1	1,143.2
TOTAL (miles S./.)	6,701.8	6,785.5	6,870.4	6,956.2	7,043.2	7,131.2	7,220.4	7,310.6	7,402.0	7,494.5

Elaboración propia.

¹²⁶ Ver Anexo 20: Presupuesto de costos anuales por servicios contratados

Costos de ventas

Son los costos relacionados a los materiales directos, MOD y servicios por año. En la Tabla 84 y 85 se indican los costos de ventas en el horizonte del proyecto. El detalle del presupuesto de costos de ventas se encuentra en el Anexo 21¹²⁷.

Tabla 84: Costos de ventas del año 1 al año 10 (en miles de soles)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Material Directos	100.0	102.5	105.1	107.7	110.4	113.1	116.0	118.9	121.8	124.9
MOD	1,046.4	1,059.5	1,072.7	1,086.1	1,099.7	1,113.5	1,127.4	1,141.5	1,155.7	1,170.2
Servicios	5,016.0	5,078.7	5,142.2	5,206.5	5,271.5	5,337.4	5,404.2	5,471.7	5,540.1	5,609.4
TOTAL (sin IGV) (miles S/.)	6,162.4	6,240.7	6,320.0	6,400.3	6,481.6	6,564.0	6,647.5	6,732.0	6,817.7	6,904.4
IGV (miles S/.)	920.9	932.6	944.5	956.5	968.7	981.1	993.6	1,006.3	1,019.1	1,032.2
TOTAL (miles S/.)	7,083.3	7,173.3	7,264.5	7,356.8	7,450.4	7,545.1	7,641.1	7,738.3	7,836.8	7,936.6

Elaboración propia.

Tabla 85: Costos de ventas del año 11 al año 20 (en miles de soles)

	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
Material Directos	128.0	131.2	134.5	137.9	141.3	144.8	148.5	152.2	156.0	159.9
MOD	1,690.3	1,711.4	1,732.8	1,754.4	1,776.4	1,798.6	1,821.1	1,843.8	1,866.9	1,890.2
Servicios	5,679.5	5,750.5	5,822.3	5,895.1	5,968.8	6,043.4	6,119.0	6,195.5	6,272.9	6,351.3
TOTAL (sin IGV) (miles S/.)	7,497.7	7,593.1	7,689.6	7,787.4	7,886.5	7,986.8	8,088.5	8,191.4	8,295.7	8,401.4
IGV (miles S/.)	1,045.3	1,058.7	1,072.2	1,085.9	1,099.8	1,113.9	1,128.1	1,142.6	1,157.2	1,172.0
TOTAL (miles S/.)	8,543.1	8,651.8	8,761.8	8,873.3	8,986.3	9,100.7	9,216.6	9,334.0	9,452.9	9,573.4

Elaboración propia.

5.3.3 Presupuesto de gastos

El presupuesto de gastos es el monto total por conceptos de gastos financieros, gastos de ventas, gastos administrativos y depreciación y amortización de activos.

Gastos financieros

Son los intereses que se generan por la financiación del proyecto¹²⁸. Estos gastos se detallan en el Anexo 22¹²⁹ y se indican en la Tabla 86.

Tabla 86: Gastos financieros del año 1 al año 10 (en miles de soles)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Gastos financieros (miles S/.)	4,988.9	4,302.3	3,950.8	3,566.5	3,146.4	2,687.0	2,184.6	1,635.4	1,034.9	378.3

Elaboración propia.

¹²⁷ Ver Anexo 21: Presupuesto de costos de ventas

¹²⁸ Ver Capítulo V: Sección 5.2. Financiamiento del proyecto

¹²⁹ Ver Anexo 22: Presupuesto de gastos financieros

Gastos de ventas

Los gastos de ventas son el monto a gastar en publicidad¹³⁰. Se considera un incremento del gasto con el fin de realizar una estrategia más agresiva ante la aparición de nuevos competidores y sustitutos. En la Tabla 87 y 88 se indican los gastos de ventas en el horizonte del proyecto y estos se detallan en el Anexo 23¹³¹.

Tabla 87: Gastos de ventas del año 1 al año 10 (en miles de soles)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Periódicos	900.0	922.5	945.6	969.2	993.4	1,018.3	1,043.7	1,069.8	1,096.6	1,124.0
Radio	600.0	615.0	630.4	646.1	662.3	678.8	695.8	713.2	731.0	749.3
Televisión	1,000.0	1,025.0	1,050.6	1,076.9	1,103.8	1,131.4	1,159.7	1,188.7	1,218.4	1,248.9
Anuncios en páginas Web	900.0	922.5	945.6	969.2	993.4	1,018.3	1,043.7	1,069.8	1,096.6	1,124.0
Vallas publicitarias	500.0	512.5	525.3	538.4	551.9	565.7	579.8	594.3	609.2	624.4
Eventos publicitarios	350.0	358.8	367.7	376.9	386.3	396.0	405.9	416.0	426.4	437.1
TOTAL (sin IGV) (miles S./.)	4,250.0	4,356.3	4,465.2	4,576.8	4,691.2	4,808.5	4,928.7	5,051.9	5,178.2	5,307.7
IGV (miles S./.)	765.0	784.1	803.7	823.8	844.4	865.5	887.2	909.3	932.1	955.4
TOTAL (miles S./.)	5,015.0	5,140.4	5,268.9	5,400.6	5,535.6	5,674.0	5,815.9	5,961.3	6,110.3	6,263.0

Elaboración propia.

Tabla 88: Gastos de ventas del año 11 al año 20 (en miles de soles)

	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
Periódicos	1,152.1	1,180.9	1,210.4	1,240.7	1,271.7	1,303.5	1,336.1	1,369.5	1,403.7	1,438.8
Radio	768.1	787.3	806.9	827.1	847.8	869.0	890.7	913.0	935.8	959.2
Televisión	1,280.1	1,312.1	1,344.9	1,378.5	1,413.0	1,448.3	1,484.5	1,521.6	1,559.7	1,598.7
Anuncios en páginas Web	1,152.1	1,180.9	1,210.4	1,240.7	1,271.7	1,303.5	1,336.1	1,369.5	1,403.7	1,438.8
Vallas publicitarias	640.0	656.0	672.4	689.3	706.5	724.1	742.3	760.8	779.8	799.3
Eventos publicitarios	448.0	459.2	470.7	482.5	494.5	506.9	519.6	532.6	545.9	559.5
TOTAL (sin IGV) (miles S./.)	5,440.4	5,576.4	5,715.8	5,858.7	6,005.1	6,155.3	6,309.1	6,466.9	6,628.5	6,794.3
IGV (miles S./.)	979.3	1,003.7	1,028.8	1,054.6	1,080.9	1,107.9	1,135.6	1,164.0	1,193.1	1,223.0
TOTAL (miles S./.)	6,419.6	6,580.1	6,744.6	6,913.2	7,086.1	7,263.2	7,444.8	7,630.9	7,821.7	8,017.2

Elaboración propia.

Gastos administrativos

Son los gastos incurridos para que el funcionamiento administrativo del parque sea adecuado. Incluyen los gastos por la planilla administrativa y el impuesto predial.

En relación a la planilla, se considera un aumento progresivo de los sueldos en el horizonte del proyecto y se detallan los gastos incurridos en conceptos como el pago por EsSalud y la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS). Se detallan los sueldos mensuales del personal administrativo en el horizonte del proyecto en la Tabla 89 y 90.

¹³⁰ Ver Capítulo II: Sección 2.6.2. Promoción y publicidad

¹³¹ Ver Anexo 23: Presupuesto de gastos de ventas

**Tabla 89: Sueldos mensuales del personal administrativo del año 1 al año 10
(en miles de soles)**

Puesto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Gerente General	20.0	20.5	21.0	21.5	22.1	22.6	23.2	23.8	24.4	25.0
Gerente de Marketing	12.0	12.3	12.6	12.9	13.2	13.6	13.9	14.3	14.6	15.0
Asistente de Publicidad	2.0	2.1	2.1	2.2	2.2	2.3	2.3	2.4	2.4	2.5
Asistente Comercial	2.0	2.1	2.1	2.2	2.2	2.3	2.3	2.4	2.4	2.5
Asistente de Estrategia de mercado	2.0	2.1	2.1	2.2	2.2	2.3	2.3	2.4	2.4	2.5
Analista de Investigación de mercado	3.0	3.1	3.2	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	3.7
Gerente de Administración y Finanzas	9.0	9.2	9.5	9.7	9.9	10.2	10.4	10.7	11.0	11.2
Analista de Costos	3.0	3.1	3.2	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	3.7
Asistente de Planillas	2.0	2.1	2.1	2.2	2.2	2.3	2.3	2.4	2.4	2.5
Asistente de Tesorería	2.0	2.1	2.1	2.2	2.2	2.3	2.3	2.4	2.4	2.5
Analista de Operaciones	3.0	3.1	3.2	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	3.7
Analista de Planeamiento	3.0	3.1	3.2	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	3.7
Analista de Compras	3.0	3.1	3.2	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	3.7
Asistente de Recursos Humanos	2.0	2.1	2.1	2.2	2.2	2.3	2.3	2.4	2.4	2.5
Gerente de Ingeniería	9.0	9.2	9.5	9.7	9.9	10.2	10.4	10.7	11.0	11.2
Analista de Mantenimiento	3.0	3.1	3.2	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	3.7
Asistente de Proyectos	2.0	2.1	2.1	2.2	2.2	2.3	2.3	2.4	2.4	2.5
Gerente de Seguridad	9.0	9.2	9.5	9.7	9.9	10.2	10.4	10.7	11.0	11.2
Asistente de Seguridad	2.0	2.1	2.1	2.2	2.2	2.3	2.3	2.4	2.4	2.5
Asistente de Entrenamiento	2.0	2.1	2.1	2.2	2.2	2.3	2.3	2.4	2.4	2.5
Total Sueldo Básico (miles S/.)	95.0	97.4	99.8	102.3	104.9	107.5	110.2	112.9	115.7	118.6

Elaboración propia.

**Tabla 90: Sueldos mensuales del personal administrativo del año 11 al año 20
(en miles de soles)**

Puesto	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
Gerente General	25.6	26.2	26.9	27.6	28.3	29.0	29.7	30.4	31.2	32.0
Gerente de Marketing	15.4	15.7	16.1	16.5	17.0	17.4	17.8	18.3	18.7	19.2
Asistente de Publicidad	2.6	2.6	2.7	2.8	2.8	2.9	3.0	3.0	3.1	3.2
Asistente Comercial	2.6	2.6	2.7	2.8	2.8	2.9	3.0	3.0	3.1	3.2
Asistente de Estrategia de mercado	2.6	2.6	2.7	2.8	2.8	2.9	3.0	3.0	3.1	3.2
Analista de Investigación de mercado	3.8	3.9	4.0	4.1	4.2	4.3	4.5	4.6	4.7	4.8
Gerente de Administración y Finanzas	11.5	11.8	12.1	12.4	12.7	13.0	13.4	13.7	14.0	14.4
Analista de Costos	3.8	3.9	4.0	4.1	4.2	4.3	4.5	4.6	4.7	4.8
Asistente de Planillas	2.6	2.6	2.7	2.8	2.8	2.9	3.0	3.0	3.1	3.2
Asistente de Tesorería	2.6	2.6	2.7	2.8	2.8	2.9	3.0	3.0	3.1	3.2
Analista de Operaciones	3.8	3.9	4.0	4.1	4.2	4.3	4.5	4.6	4.7	4.8
Analista de Planeamiento	3.8	3.9	4.0	4.1	4.2	4.3	4.5	4.6	4.7	4.8
Analista de Compras	3.8	3.9	4.0	4.1	4.2	4.3	4.5	4.6	4.7	4.8
Asistente de Recursos Humanos	2.6	2.6	2.7	2.8	2.8	2.9	3.0	3.0	3.1	3.2
Gerente de Ingeniería	11.5	11.8	12.1	12.4	12.7	13.0	13.4	13.7	14.0	14.4
Analista de Mantenimiento	3.8	3.9	4.0	4.1	4.2	4.3	4.5	4.6	4.7	4.8
Asistente de Proyectos	2.6	2.6	2.7	2.8	2.8	2.9	3.0	3.0	3.1	3.2
Gerente de Seguridad	11.5	11.8	12.1	12.4	12.7	13.0	13.4	13.7	14.0	14.4
Asistente de Seguridad	2.6	2.6	2.7	2.8	2.8	2.9	3.0	3.0	3.1	3.2
Asistente de Entrenamiento	2.6	2.6	2.7	2.8	2.8	2.9	3.0	3.0	3.1	3.2
Total Sueldo Básico (miles S/.)	121.6	124.6	127.8	131.0	134.2	137.6	141.0	144.6	148.2	151.9

Elaboración propia.

A continuación, se indican los gastos por planilla administrativa anual considerando los sueldos administrativos y los gastos por EsSalud y CTS en la Tabla 91 y 92. Estos gastos se encuentran con mayor detalle en el Anexo 24¹³².

¹³² Ver Anexo 24: Presupuesto de gastos por planilla administrativa

Tabla 91: Gastos por planilla del año 1 al año 10 (en miles de soles)

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Gasto por sueldos anual	1,140.0	1,168.5	1,197.7	1,227.7	1,258.3	1,289.8	1,322.1	1,355.1	1,389.0	1,423.7
EsSalud	196.8	200.5	204.3	208.2	212.2	216.3	220.4	224.7	229.0	233.4
CTS	273.3	278.5	283.8	289.2	294.8	300.4	306.2	312.1	318.1	324.2
TOTAL (miles S./.)	1,610.1	1,647.5	1,685.9	1,725.1	1,765.3	1,806.5	1,848.7	1,891.9	1,936.1	1,981.4

Elaboración propia.

Tabla 92: Gastos por planilla del año 11 al año 20 (en miles de soles)

Descripción	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
Gasto por sueldos anual	1,459.3	1,495.8	1,533.2	1,571.5	1,610.8	1,651.1	1,692.3	1,734.6	1,778.0	1,822.5
EsSalud	283.5	288.6	293.9	299.3	304.8	310.5	316.2	322.1	328.0	334.1
CTS	393.7	400.9	408.2	415.7	423.4	431.2	439.2	447.3	455.6	464.1
TOTAL (miles S./.)	2,136.4	2,185.3	2,235.4	2,286.6	2,339.0	2,392.7	2,447.7	2,504.0	2,561.7	2,620.7

Elaboración propia.

Se indica el monto por impuesto predial en la Tabla 93, que equivale a 1% del valor del terreno.

Tabla 93: Impuesto predial (en miles de soles)

	Total (miles S./.)
Impuesto Predial (miles S./.)	1,066.4

Elaboración propia.

Por último, se indican los gastos administrativos por sus componentes y en todos los años del horizonte del proyecto en la Tabla 94 y 95. Asimismo, estos gastos se encuentran con mayor detalle en el Anexo 25¹³³.

Tabla 94: Gastos administrativos del año 1 al año 10 (en miles de soles)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Gastos de Personal	1,610.1	1,647.5	1,685.9	1,725.1	1,765.3	1,806.5	1,848.7	1,891.9	1,936.1	1,981.4
Impuesto Predial	1,066.4	1,066.4	1,066.4	1,066.4	1,066.4	1,066.4	1,066.4	1,066.4	1,066.4	1,066.4
TOTAL (miles S./.)	2,676.4	2,713.9	2,752.2	2,791.5	2,831.7	2,872.9	2,915.0	2,958.2	3,002.5	3,047.8

Elaboración propia.

Tabla 95: Gastos administrativos del año 11 al año 20 (en miles de soles)

	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
Gastos de Personal	2,136.4	2,185.3	2,235.4	2,286.6	2,339.0	2,392.7	2,447.7	2,504.0	2,561.7	2,620.7
Impuesto Predial	1,066.4	1,066.4	1,066.4	1,066.4	1,066.4	1,066.4	1,066.4	1,066.4	1,066.4	1,066.4
TOTAL (miles S./.)	3,202.8	3,251.7	3,301.7	3,352.9	3,405.4	3,459.1	3,514.1	3,570.4	3,628.0	3,687.1

Elaboración propia.

¹³³ Ver Anexo 25: Presupuesto de gastos administrativos

Depreciación y amortización

Los gastos incurridos por la depreciación y amortización de los activos se indican en la Tabla 96 y 97. Los gastos por depreciación de activos fijos se detallan en el Anexo 26¹³⁴ y por amortización de activos intangibles en el Anexo 27¹³⁵.

Tabla 96: Depreciación y amortización del año 1 al año 10 (en miles de soles)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Depreciación de activos fijos	828.1	828.1	828.1	828.1	1,458.6	1,221.0	1,221.0	1,221.0	1,599.3	1,599.3
Amortización de activos intangibles	5,727.7									
TOTAL (miles S./.)	6,555.9	828.1	828.1	828.1	1,458.6	1,221.0	1,221.0	1,221.0	1,599.3	1,599.3

Elaboración propia.

Tabla 97: Depreciación y amortización del año 11 al año 20 (en miles de soles)

	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
Depreciación de activos fijos	1,519.0	1,519.0	1,367.7	1,367.7	1,367.7	1,367.7	1,428.2	1,428.2	1,428.2	1,428.2
Amortización de activos intangibles										
TOTAL (miles S./.)	1,519.0	1,519.0	1,367.7	1,367.7	1,367.7	1,367.7	1,428.2	1,428.2	1,428.2	1,428.2

Elaboración propia.

Liquidación de activos y ganancia por venta de activos

Asimismo, se indican los montos por liquidación de activos y la ganancia por la venta de activos en la Tabla 98. Estos montos se detallan en el Anexo 28¹³⁶.

Tabla 98: Liquidación y ganancia por venta de activos (en miles de soles)

Activo	Liquidación de activos (miles S./.)	Ganancia (miles S./.)
Terreno	133,296.4	133,296.4
Juegos mecánicos	4,293.2	4,078.6
Reinversiones	11,560.3	10,642.3
TOTAL sin IGV (miles S./.)	149,149.9	148,017.2
TOTAL con IGV (miles S./.)	175,996.8	174,660.3

Elaboración propia.

¹³⁴ Ver Anexo 26: Presupuesto de depreciación de activos fijos

¹³⁵ Ver Anexo 27: Presupuesto de amortización de activos intangibles

¹³⁶ Ver Anexo 28: Liquidación de activos y ganancia

5.4 Punto de equilibrio

En esta sección, se procede a hallar el punto de equilibrio en ventas. Esto indica que el punto a calcular es la cantidad de dinero que debe ingresar a las arcas del parque de diversiones con el fin de que las utilidades operativas sean igual a 0. Para hallar el punto de equilibrio en todo el horizonte del proyecto se emplean los gastos mostrados en el Estado de Ganancias y Pérdidas (EGP)¹³⁷.

El punto de equilibrio por año se halla en base a las ventas totales, que equivale al ingreso total por visitas al parque de diversiones y el gasto de los visitantes en este. Además, se indica que los costos variables a tomar en cuenta son los costos de ventas. Asimismo, los costos fijos son la suma de los gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros y dividendos. A continuación, se indica la metodología a emplear para calcular el punto de equilibrio¹³⁸.

$$\text{Punto de equilibrio (en ventas)} = \frac{\text{Costos fijos}}{\left(1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas totales}}\right)}$$

Empleando la fórmula anterior, se proceden a calcular los puntos de equilibrio por año, siendo detallados en el Anexo 29¹³⁹ e indicados en la Tabla 99 y 100.

Tabla 99: Punto de equilibrio del año 1 al año 10 (en miles de soles)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Costos fijos (miles S/.)	(11,915.4)	(11,958.4)	(15,474.9)	(19,066.4)	(22,511.1)	(26,336.1)	(30,151.9)	(34,041.3)	(37,870.6)	(41,904.9)
Costo variable total (miles S/.)	(6,162.4)	(6,240.7)	(6,320.0)	(6,400.3)	(6,481.6)	(6,564.0)	(6,647.5)	(6,732.0)	(6,817.7)	(6,904.4)
Ventas totales (miles S/.)	9,924.0	20,106.1	30,551.2	41,264.4	52,251.1	63,516.4	75,065.8	86,904.8	99,038.9	111,473.7
Punto de equilibrio (miles S/.)	31,435.5	17,340.8	19,511.0	22,566.6	25,699.0	29,371.5	33,081.4	36,899.8	40,670.3	44,671.8

Elaboración propia.

Tabla 100: Punto de equilibrio del año 11 al año 20 (en miles de soles)

	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
Costos fijos (miles S/.)	(46,107.5)	(50,736.5)	(55,524.1)	(60,365.5)	(65,316.0)	(70,377.4)	(75,530.6)	(80,820.0)	(86,226.4)	(144,252.6)
Costo variable total (miles S/.)	(7,497.7)	(7,593.1)	(7,689.6)	(7,787.4)	(7,886.5)	(7,986.8)	(8,088.5)	(8,191.4)	(8,295.7)	(8,401.4)
Ventas totales (miles S/.)	124,092.6	136,998.2	150,195.7	163,690.2	177,487.0	191,591.2	206,008.5	220,744.2	235,803.8	400,343.0
Punto de equilibrio (miles S/.)	49,072.5	53,713.6	58,520.1	63,380.8	68,353.2	73,438.9	78,617.3	83,934.6	89,370.5	147,344.7

Elaboración propia.

¹³⁷ Ver Capítulo V: Sección 5.5.1. Estado de Ganancias y Pérdidas

¹³⁸ VAN HORNE, James C. y John M. WACHOWICZ. Fundamentos de administración financiera. México. Pearson Educación, 2002.

¹³⁹ Ver Anexo 29: Detalle del punto de equilibrio

5.5 Estados financieros

En esta sección se presentan los estados financieros del proyecto a lo largo del horizonte del proyecto, los cuales son los siguientes: el Estado de Ganancias y Pérdidas, el Flujo de Caja Económico y Financiero y el Balance General.

5.5.1 Estado de Ganancias y Pérdidas

En esta sección se presenta el Estado de Ganancias y Pérdidas para el horizonte del proyecto en la Tabla 101 y 102¹⁴⁰.

Tabla 101: Estado de Ganancias y Pérdidas del año 1 al año 10 (en miles de soles)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS (miles S./.)	9,924.0	20,106.1	30,551.2	41,264.4	52,251.1	63,516.4	75,065.8	86,904.8	99,038.9	111,473.7
Ingresos por Ventas	9,924.0	20,106.1	30,551.2	41,264.4	52,251.1	63,516.4	75,065.8	86,904.8	99,038.9	111,473.7
Venta de Activos Fijos										
EGRESOS (miles S./.)	(24,633.6)	(18,441.2)	(18,316.3)	(18,163.2)	(18,609.5)	(18,153.3)	(17,896.9)	(17,598.6)	(17,632.5)	(17,237.4)
Costos de Ventas	(6,162.4)	(6,240.7)	(6,320.0)	(6,400.3)	(6,481.6)	(6,564.0)	(6,647.5)	(6,732.0)	(6,817.7)	(6,904.4)
Gastos Administrativos	(2,676.4)	(2,713.9)	(2,752.2)	(2,791.5)	(2,831.7)	(2,872.9)	(2,915.0)	(2,958.2)	(3,002.5)	(3,047.8)
Gastos de Ventas	(4,250.0)	(4,356.3)	(4,465.2)	(4,576.8)	(4,691.2)	(4,808.5)	(4,928.7)	(5,051.9)	(5,178.2)	(5,307.7)
Gastos Financieros	(4,988.9)	(4,302.3)	(3,950.8)	(3,566.5)	(3,146.4)	(2,687.0)	(2,184.6)	(1,635.4)	(1,034.9)	(378.3)
Depreciación de activos fijos	(828.1)	(828.1)	(828.1)	(828.1)	(1,458.6)	(1,221.0)	(1,221.0)	(1,221.0)	(1,599.3)	(1,599.3)
Amortización de activos intangibles	(5,727.7)									
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (miles S./.)	(14,709.6)	1,664.9	12,234.9	23,101.2	33,641.6	45,363.1	57,169.0	69,306.2	81,406.4	94,236.4
Impuesto a la Renta (28%)		(466.2)	(3,425.8)	(6,468.3)	(9,419.6)	(12,701.7)	(16,007.3)	(19,405.7)	(22,793.8)	(26,386.2)
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO (miles S./.)	(14,709.6)	1,198.7	8,809.1	16,632.9	24,221.9	32,661.4	41,161.7	49,900.5	58,612.6	67,850.2
Dividendos (10%)		(119.9)	(880.9)	(1,663.3)	(2,422.2)	(3,266.1)	(4,116.2)	(4,990.0)	(5,861.3)	(6,785.0)
UTILIDAD RETENIDA DEL EJERCICIO (miles S./.)	(14,709.6)	1,078.8	7,928.2	14,969.6	21,799.8	29,395.3	37,045.5	44,910.4	52,751.3	61,065.2

Elaboración propia.

Tabla 102: Estado de Ganancias y Pérdidas del año 11 al año 20 (en miles de soles)

	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
INGRESOS (miles S./.)	124,092.6	136,998.2	150,195.7	163,690.2	177,487.0	191,591.2	206,008.5	220,744.2	235,803.8	400,343.0
Ingresos por Ventas	124,092.6	136,998.2	150,195.7	163,690.2	177,487.0	191,591.2	206,008.5	220,744.2	235,803.8	251,193.1
Venta de Activos Fijos										149,149.9
EGRESOS (miles S./.)	(17,659.9)	(17,940.1)	(18,074.8)	(18,366.7)	(18,664.7)	(18,968.9)	(19,339.9)	(19,656.9)	(19,980.5)	(20,310.9)
Costos de Ventas	(7,497.7)	(7,593.1)	(7,689.6)	(7,787.4)	(7,886.5)	(7,986.8)	(8,088.5)	(8,191.4)	(8,295.7)	(8,401.4)
Gastos Administrativos	(3,202.8)	(3,251.7)	(3,301.7)	(3,352.9)	(3,405.4)	(3,459.1)	(3,514.1)	(3,570.4)	(3,628.0)	(3,687.1)
Gastos de Ventas	(5,440.4)	(5,576.4)	(5,715.8)	(5,858.7)	(6,005.1)	(6,155.3)	(6,309.1)	(6,466.9)	(6,628.5)	(6,794.3)
Gastos Financieros										
Depreciación de activos fijos	(1,519.0)	(1,519.0)	(1,367.7)	(1,367.7)	(1,367.7)	(1,367.7)	(1,428.2)	(1,428.2)	(1,428.2)	(1,428.2)
Amortización de activos intangibles										
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (miles S./.)	106,432.7	119,058.1	132,120.9	145,323.5	158,822.3	172,622.4	186,668.6	201,087.3	215,823.3	380,032.1
Impuesto a la Renta (28%)	(29,801.1)	(33,336.3)	(36,993.9)	(40,690.6)	(44,470.2)	(48,334.3)	(52,267.2)	(56,304.4)	(60,430.5)	(106,409.0)
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO (miles S./.)	76,631.5	85,721.8	95,127.1	104,632.9	114,352.0	124,288.1	134,401.4	144,782.8	155,392.8	273,623.1
Dividendos (10%)	(7,663.2)	(8,572.2)	(9,512.7)	(10,463.3)	(11,435.2)	(12,428.8)	(13,440.1)	(14,478.3)	(15,539.3)	(27,362.3)
UTILIDAD RETENIDA DEL EJERCICIO (miles S./.)	68,968.4	77,149.6	85,614.3	94,169.6	102,916.8	111,859.3	120,961.2	130,304.5	139,853.5	246,260.8

Elaboración propia.

¹⁴⁰ Ver Anexo 30: Estado de Ganancias y Pérdidas

5.5.2 Flujo de Caja Económico y Financiero

Como punto inicial, se presenta el módulo del IGV del proyecto que permite calcular el IGV por pagar. Esta cuenta ingresa posteriormente al Flujo de Caja Económico (FCE) y Financiero (FCF) como egreso y se detalla en la Tabla 103 y 104¹⁴¹.

Tabla 103: Módulo de IGV del año 0 al año 10 (en miles de soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
IGV INGRESOS (miles S./.)		(2,178.4)	(4,413.5)	(6,706.4)	(9,058.0)	(11,469.8)	(13,942.6)	(16,477.9)	(19,076.7)	(21,740.2)	(24,469.8)
IGV Ingresos por Ventas		(2,178.4)	(4,413.5)	(6,706.4)	(9,058.0)	(11,469.8)	(13,942.6)	(16,477.9)	(19,076.7)	(21,740.2)	(24,469.8)
IGV Ventas de Activos Fijos											
IGV EGRESOS (miles S./.)		1,685.9	1,716.7	1,748.2	1,780.4	1,813.2	1,846.6	1,880.8	1,915.6	1,951.2	1,987.5
IGV Costos de Ventas		920.9	932.6	944.5	956.5	968.7	981.1	993.6	1,006.3	1,019.1	1,032.2
IGV Gastos de Ventas		765.0	784.1	803.7	823.8	844.4	865.5	887.2	909.3	932.1	955.4
IGV INVERSIONES (miles S./.)	3,999.0										
IGV Activos Fijos	2,968.0										
IGV Activos Intangibles	1,031.0										
DIFERENCIA (miles S./.)	3,999.0	(492.6)	(2,696.8)	(4,958.1)	(7,277.7)	(9,656.6)	(12,096.0)	(14,597.1)	(17,161.0)	(19,789.0)	(22,482.3)
CREDITO TRIBUTARIO (miles S./.)	3,999.0										
IGV A PAGAR (miles S./.)				(4,148.5)	(7,277.7)	(9,656.6)	(12,096.0)	(14,597.1)	(17,161.0)	(19,789.0)	(22,482.3)

Elaboración propia.

Tabla 104: Módulo de IGV del año 11 al año 20 (en miles de soles)

	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
IGV INGRESOS (miles S./.)	(27,239.8)	(30,072.8)	(32,969.8)	(35,932.0)	(38,960.6)	(42,056.6)	(45,221.4)	(48,456.0)	(51,761.8)	(81,986.9)
IGV Ingresos por Ventas	(27,239.8)	(30,072.8)	(32,969.8)	(35,932.0)	(38,960.6)	(42,056.6)	(45,221.4)	(48,456.0)	(51,761.8)	(55,140.0)
IGV Ventas de Activos Fijos										(26,847.0)
IGV EGRESOS (miles S./.)	2,024.6	2,062.4	2,101.1	2,140.5	2,180.7	2,221.8	2,263.8	2,306.6	2,350.3	2,395.0
IGV Costos de Ventas	1,045.3	1,058.7	1,072.2	1,085.9	1,099.8	1,113.9	1,128.1	1,142.6	1,157.2	1,172.0
IGV Gastos de Ventas	979.3	1,003.7	1,028.8	1,054.6	1,080.9	1,107.9	1,135.6	1,164.0	1,193.1	1,223.0
IGV INVERSIONES (miles S./.)										
IGV Activos Fijos										
IGV Activos Intangibles										
DIFERENCIA (miles S./.)	(25,215.2)	(28,010.3)	(30,868.7)	(33,791.5)	(36,779.8)	(39,834.8)	(42,957.6)	(46,149.4)	(49,411.5)	(79,591.9)
CREDITO TRIBUTARIO (miles S./.)										
IGV A PAGAR (miles S./.)	(25,215.2)	(28,010.3)	(30,868.7)	(33,791.5)	(36,779.8)	(39,834.8)	(42,957.6)	(46,149.4)	(49,411.5)	(79,591.9)

Elaboración propia.

Luego, se presenta el Flujo de Caja Económico (FCE) y Financiero (FCF) del proyecto a lo largo del horizonte del proyecto en la Tabla 105 y 106¹⁴².

¹⁴¹ Ver Anexo 31: Módulo de IGV

¹⁴² Ver Anexo 32: Flujo de Caja Económico y Financiero

Tabla 105: FCE y FCF del año 0 al año 10 (en miles de soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS (miles S./.)	12,102.5	24,519.6	37,257.5	50,322.5	63,720.8	77,459.1	91,543.7	105,981.4	120,779.1	135,943.6	
Ingresos por Ventas	12,102.5	24,519.6	37,257.5	50,322.5	63,720.8	77,459.1	91,543.7	105,981.4	120,779.1	135,943.6	
Venta de Activos Fijos											
EGRESOS (miles S./.)	(14,774.7)	(15,027.6)	(15,285.6)	(15,548.9)	(15,817.7)	(16,092.0)	(16,372.0)	(16,657.8)	(16,949.6)	(17,247.4)	
Costos de Ventas	(7,083.3)	(7,173.3)	(7,264.5)	(7,356.8)	(7,450.4)	(7,545.1)	(7,641.1)	(7,738.3)	(7,836.8)	(7,936.6)	
Gastos Administrativos	(2,676.4)	(2,713.9)	(2,752.2)	(2,791.5)	(2,831.7)	(2,872.9)	(2,915.0)	(2,958.2)	(3,002.5)	(3,047.8)	
Gastos de Ventas	(5,015.0)	(5,140.4)	(5,268.9)	(5,400.6)	(5,535.6)	(5,674.0)	(5,815.9)	(5,961.3)	(6,110.3)	(6,263.0)	
INVERSIONES (miles S./.)	(151,407.2)			(6,304.7)							
Activos Fijos (c/IGV)	(126,093.9)										
Activos Intangibles (c/IGV)	(6,758.7)										
Capital de Trabajo	(18,554.6)										
Reinversiones					(6,304.7)			(6,304.7)			
IMPUESTOS (miles S./.)		(1,670.8)	(8,680.5)	(14,744.7)	(19,957.2)	(25,550.0)	(31,216.1)	(37,024.7)	(42,872.6)	(48,974.4)	
IGV por pagar			(4,148.5)	(7,277.7)	(9,656.6)	(12,096.0)	(14,597.1)	(17,161.0)	(19,789.0)	(22,482.3)	
Impuesto a la Renta (28%)		(1,670.8)	(4,532.0)	(7,467.0)	(10,300.6)	(13,454.0)	(16,619.0)	(19,863.7)	(23,083.6)	(26,492.1)	
Saldo Final de Caja Económico (1) (miles S./.)	(151,407.2)	7,821.2	13,291.5	13,724.2	27,945.9	35,817.0	43,955.6	45,994.2	60,957.0	69,721.8	
FINANCIAMIENTO (miles S./.)											
Financiamiento con deuda	60,562.9										
Dividendos		(119.9)	(880.9)	(1,663.3)	(2,422.2)	(3,266.1)	(4,116.2)	(4,990.0)	(5,861.3)	(6,785.0)	
Amortización		(10,863.2)	(3,762.8)	(4,114.3)	(4,498.6)	(4,918.7)	(5,378.1)	(5,880.4)	(6,429.7)	(7,030.2)	
Intereses		(4,988.9)	(4,302.3)	(3,950.8)	(3,566.5)	(3,146.4)	(2,687.0)	(2,184.6)	(1,635.4)	(1,034.9)	
Escudo Tributario (Intereses x T)		1,396.9	1,204.6	1,106.2	998.6	881.0	752.4	611.7	457.9	289.8	
Flujo de Caja Financiero Neto (2) (miles S./.)	60,562.9	(15,852.1)	(8,185.0)	(8,946.0)	(9,728.4)	(10,487.3)	(11,331.2)	(12,181.3)	(13,055.1)	(13,926.4)	
Saldo Flujo de Caja Financiero (1+2) (miles S./.)	(90,844.3)	(18,524.4)	(243.9)	5,106.5	4,778.2	18,217.5	25,329.7	32,624.3	33,813.0	47,901.8	

Elaboración propia.

Tabla 106: FCE y FCF del año 11 al año 20 (en miles de soles)

	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
INGRESOS (miles S./.)	151,332.4	167,071.0	183,165.5	199,622.2	216,447.5	233,647.9	251,229.9	269,200.2	287,565.6	482,329.9
Ingresos por Ventas	151,332.4	167,071.0	183,165.5	199,622.2	216,447.5	233,647.9	251,229.9	269,200.2	287,565.6	306,333.1
Venta de Activos Fijos										175,996.8
EGRESOS (miles S./.)	(18,165.5)	(18,483.6)	(18,808.2)	(19,139.5)	(19,477.8)	(19,823.0)	(20,175.5)	(20,535.3)	(20,902.6)	(21,277.7)
Costos de Ventas	(8,543.1)	(8,651.8)	(8,761.8)	(8,873.3)	(8,986.3)	(9,100.7)	(9,216.6)	(9,334.0)	(9,452.9)	(9,573.4)
Gastos Administrativos	(3,202.8)	(3,251.7)	(3,301.7)	(3,352.9)	(3,405.4)	(3,459.1)	(3,514.1)	(3,570.4)	(3,628.0)	(3,687.1)
Gastos de Ventas	(6,419.6)	(6,580.1)	(6,744.6)	(6,913.2)	(7,086.1)	(7,263.2)	(7,444.8)	(7,630.9)	(7,821.7)	(8,017.2)
INVERSIONES (miles S./.)	(6,304.7)	(6,304.7)				(6,304.7)				
Activos Fijos (c/IGV)										
Activos Intangibles (c/IGV)										
Capital de Trabajo										
Reinversiones		(6,304.7)				(6,304.7)				
IMPUESTOS (miles S./.)	(55,016.4)	(61,346.6)	(67,862.6)	(74,482.1)	(81,250.0)	(88,169.0)	(95,224.8)	(102,453.9)	(109,842.0)	(186,000.9)
IGV por pagar	(25,215.2)	(28,010.3)	(30,868.7)	(33,791.5)	(36,779.8)	(39,834.8)	(42,957.6)	(46,149.4)	(49,411.5)	(79,591.9)
Impuesto a la Renta (28%)	(29,801.1)	(33,336.3)	(36,993.9)	(40,690.6)	(44,470.2)	(48,334.3)	(52,267.2)	(56,304.4)	(60,430.5)	(106,409.0)
Saldo Final de Caja Económico (1) (miles S./.)	78,150.5	80,936.1	96,494.7	106,000.6	115,719.7	119,351.1	135,829.6	146,211.0	156,821.0	275,051.3
FINANCIAMIENTO (miles S./.)										
Financiamiento con deuda										
Dividendos	(7,663.2)	(8,572.2)	(9,512.7)	(10,463.3)	(11,435.2)	(12,428.8)	(13,440.1)	(14,478.3)	(15,539.3)	(27,362.3)
Amortización										
Intereses										
Escudo Tributario (Intereses x T)										
Flujo de Caja Financiero Neto (2) (miles S./.)	(6,785.0)	(7,663.2)	(8,572.2)	(9,512.7)	(10,463.3)	(11,435.2)	(12,428.8)	(13,440.1)	(14,478.3)	(15,539.3)
Saldo Flujo de Caja Financiero (1+2) (miles S./.)	71,365.5	73,273.0	87,922.6	96,487.9	105,256.4	107,915.9	123,400.8	132,770.9	142,342.7	259,512.0

Elaboración propia.

5.5.3 Balance General

En la Tabla 107 y 108 se presenta el balance general del parque de diversiones en el horizonte del proyecto¹⁴³.

Tabla 107: Balance General del año 0 al año 10 (en miles de soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
ACTIVOS CORRIENTES (miles S/.)	22,553.6	3,536.6	1,800.6	7,203.7	12,980.5	32,079.0	58,161.1	91,397.2	125,668.1	173,859.7	229,761.0
Caja y Bancos	18,554.6	30.2	990.9	7,203.7	12,980.5	32,079.0	58,161.1	91,397.2	125,668.1	173,859.7	229,761.0
Cuentas por Cobrar	3,999.0	3,506.4	809.6								
ACTIVOS NO CORRIENTES (miles S/.)	128,853.7	122,297.8	121,469.7	120,641.6	126,118.2	124,659.6	123,438.6	122,217.6	127,301.3	125,702.1	124,102.8
Inmuebles, Maquinaria y Equipos	123,125.9	123,125.9	123,125.9	123,125.9	123,125.9	129,430.6	129,430.6	129,430.6	129,430.6	135,735.3	135,735.3
Reinversiones					6,304.7				6,304.7		
Depreciación acumulada		(828.1)	(1,656.2)	(2,484.3)	(3,312.5)	(4,771.1)	(5,992.0)	(7,213.0)	(8,434.0)	(10,033.3)	(11,632.5)
Activos Intangibles	5,727.7	5,727.7	5,727.7	5,727.7	5,727.7	5,727.7	5,727.7	5,727.7	5,727.7	5,727.7	5,727.7
Amortización acumulada		(5,727.7)	(5,727.7)	(5,727.7)	(5,727.7)	(5,727.7)	(5,727.7)	(5,727.7)	(5,727.7)	(5,727.7)	(5,727.7)
TOTAL ACTIVOS (miles S/.)	151,407.2	125,834.4	123,270.3	127,845.3	139,098.7	156,738.6	181,599.7	213,614.8	252,969.4	299,561.7	353,863.8
PASIVOS CORRIENTES (miles S/.)	10,863.2	3,762.8	4,234.2	5,379.5	6,582.0	7,800.3	9,146.6	10,545.8	12,020.3	13,548.1	6,785.0
Parte Corriente de las Deudas a LP	10,863.2	3,762.8	4,114.3	4,498.6	4,918.7	5,378.1	5,880.4	6,429.7	7,030.2	7,686.8	
Dividendos por pagar			119.9	880.9	1,663.3	2,422.2	3,266.1	4,116.2	4,990.0	5,861.3	6,785.0
PASIVOS NO CORRIENTES (miles S/.)	49,699.7	45,936.8	41,822.6	37,324.0	32,405.3	27,027.2	21,146.7	14,717.0	7,686.8		
Deudas a Largo Plazo	49,699.7	45,936.8	41,822.6	37,324.0	32,405.3	27,027.2	21,146.7	14,717.0	7,686.8		
TOTAL PASIVOS (miles S/.)	60,562.9	49,699.7	46,056.7	42,703.5	38,987.3	34,827.5	30,293.3	25,262.9	19,707.1	13,548.1	6,785.0
Capital	90,844.3	90,844.3	90,844.3	90,844.3	90,844.3	90,844.3	90,844.3	90,844.3	90,844.3	90,844.3	90,844.3
Reservas Legales			107.9	792.8	1,497.0	2,180.0	2,939.5	3,704.5	4,491.0	5,275.1	6,106.5
Resultados Acumulados		(14,709.6)	(13,738.7)	(6,495.4)	7,770.1	28,886.8	57,522.5	93,803.0	137,926.9	189,894.2	250,127.9
TOTAL PATRIMONIO (miles S/.)	90,844.3	76,134.7	77,213.6	85,141.8	100,111.4	121,911.1	151,306.4	188,351.9	233,262.3	286,013.6	347,078.8
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO (miles S/.)	151,407.2	125,834.4	123,270.3	127,845.3	139,098.7	156,738.6	181,599.7	213,614.8	252,969.4	299,561.7	353,863.8

Elaboración propia.

Tabla 108: Balance General del año 11 al año 20 (en miles de soles)

	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
ACTIVOS CORRIENTES (miles S/.)	301,126.5	374,399.5	462,322.1	558,810.0	664,066.4	771,982.3	895,383.0	1,028,153.9	1,170,496.6	1,430,008.7
Caja y Bancos	301,126.5	374,399.5	462,322.1	558,810.0	664,066.4	771,982.3	895,383.0	1,028,153.9	1,170,496.6	1,430,008.7
Cuentas por Cobrar										
ACTIVOS NO CORRIENTES (miles S/.)	122,583.8	127,369.5	126,001.8	124,634.1	123,266.4	128,203.4	126,775.2	125,347.0	123,918.8	122,490.6
Inmuebles, Maquinaria y Equipos	135,735.3	135,735.3	142,040.0	142,040.0	142,040.0	142,040.0	148,344.7	148,344.7	148,344.7	148,344.7
Reinversiones		6,304.7				6,304.7				
Depreciación acumulada	(13,151.5)	(14,670.5)	(16,038.2)	(17,405.9)	(18,773.6)	(20,141.3)	(21,569.5)	(22,997.7)	(24,425.9)	(25,854.1)
Activos Intangibles	5,727.7	5,727.7	5,727.7	5,727.7	5,727.7	5,727.7	5,727.7	5,727.7	5,727.7	5,727.7
Amortización acumulada	(5,727.7)	(5,727.7)	(5,727.7)	(5,727.7)	(5,727.7)	(5,727.7)	(5,727.7)	(5,727.7)	(5,727.7)	(5,727.7)
TOTAL ACTIVOS (miles S/.)	423,710.3	501,769.0	588,323.9	683,444.1	787,332.8	900,185.7	1,022,158.3	1,153,501.0	1,294,415.4	1,552,499.3
PASIVOS CORRIENTES (miles S/.)	7,663.2	8,572.2	9,512.7	10,463.3	11,435.2	12,428.8	13,440.1	14,478.3	15,539.3	27,362.3
Parte Corriente de las Deudas a LP										
Dividendos por pagar	7,663.2	8,572.2	9,512.7	10,463.3	11,435.2	12,428.8	13,440.1	14,478.3	15,539.3	27,362.3
PASIVOS NO CORRIENTES (miles S/.)										
Deudas a Largo Plazo										
TOTAL PASIVOS (miles S/.)	7,663.2	8,572.2	9,512.7	10,463.3	11,435.2	12,428.8	13,440.1	14,478.3	15,539.3	27,362.3
Capital	90,844.3	90,844.3	90,844.3	90,844.3	90,844.3	90,844.3	90,844.3	90,844.3	90,844.3	90,844.3
Reservas Legales	6,896.8	7,715.0	8,561.4	9,417.0	10,291.7	11,185.9	12,096.1	13,030.5	13,985.3	24,626.1
Resultados Acumulados	318,306.0	394,637.5	479,405.4	572,719.5	674,761.6	785,726.6	905,777.7	1,035,147.9	1,174,046.5	1,409,666.5
TOTAL PATRIMONIO (miles S/.)	416,047.2	493,196.8	578,811.2	672,980.8	775,897.6	887,756.9	1,008,718.1	1,139,022.7	1,278,876.2	1,525,137.0
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO (miles S/.)	423,710.3	501,769.0	588,323.9	683,444.1	787,332.8	900,185.7	1,022,158.3	1,153,501.0	1,294,415.4	1,552,499.3

Elaboración propia.

¹⁴³ Ver Anexo 33: Balance General

5.6 Evaluación económica y financiera del proyecto

En este apartado se evaluarán los principales indicadores de rentabilidad del proyecto como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el Ratio Beneficio / costo (B/C) y el Periodo de Recuperación de Capital (PR)¹⁴⁴.

5.6.1 Valor Actual Neto (VAN)

Es un indicador que mide que más rico es el inversionista si realiza el proyecto en vez de colocar su dinero que le brinda como rentabilidad la tasa de descuento. Un proyecto es rentable si se cumple la siguiente condición:

$$VAN = \sum_{t=0}^n \frac{FCt}{(1+r)^t} > 0$$

Dónde:

VAN = Valor Actual Neto del proyecto t = Periodo del proyecto (t = 1, 2, ..., n)
 FCt = Flujo de Caja del periodo t n = Vida útil del proyecto (n = 20 años)
 r = Tasa de descuento

Se calcula el VAN económico y financiero y se indican en la Tabla 109. Como son mayores a 0, el proyecto es rentable.

Tabla 109: Valor Actual Neto (en miles de soles)

VANe (miles S/.)	82,979.4
VANf (miles S/.)	13,741.8

Elaboración propia.

5.6.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es un indicador que mide la rentabilidad promedio anual del capital que permanece invertido en él. El proyecto es considerado rentable si se cumple lo siguiente:

$$VAN = \sum_{t=0}^n \frac{FCt}{(1+\rho)^t} = 0 \wedge \rho > r$$

Dónde:

ρ = Tasa Interna de Retorno del proyecto

¹⁴⁴ BELTRÁN, Arlette y Hanny CUEVA. Evaluación privada de proyectos. Lima. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, 2007.

Luego, se calculan las TIR económicas y financieras del proyecto y se detallan en la Tabla 110. Como ambas son mayores al COK, se acepta el proyecto porque es rentable.

Tabla 110: Tasa Interna de Retorno

TIR _e	20.73%
TIR _f	21.68%

Elaboración propia.

5.6.3 Ratio Beneficio / Costo (B/C)

Este indicador relaciona el Valor Actual de los Beneficios (VAB) del proyecto con la suma del Valor Actual de los Costos (VAC) y la Inversión Inicial (Inv). Se considera rentable al proyecto si se cumplen las siguientes condiciones:

$$B/C = \frac{VAB}{VAC + Inv} \wedge B/C > 1$$

Se calcula el ratio B/C del proyecto y se indica en la Tabla 111. Al ser mayor a 1, se considera que el proyecto es rentable.

Tabla 111: Ratio Beneficio / Costo

B/C	1.01
-----	------

Elaboración propia.

5.6.4 Periodo de Recuperación (PR)

Es un indicador que indica el número de años que se requiere para recuperar el capital que se ha invertido en un proyecto. Este indicador se considera el primer año en el que se cumple la siguiente condición:

$$PR = \sum_{t=0}^n VAB_t > Inv$$

Tabla 112: Periodo de Recuperación

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
FCE (miles S/.)	(151,407.2)	(2,672.3)	7,821.2	13,291.5	13,724.2	27,945.9	35,817.0	43,955.6
VAN (miles S/.)		(2,304.6)	3,512.6	12,038.4	19,630.7	32,963.6	47,700.9	63,298.7
Acumulado (miles S/.)		(153,711.9)	(150,199.3)	(138,160.8)	(118,530.1)	(85,566.5)	(37,865.6)	25,433.1

Elaboración propia.

En la Tabla 112, se observa que el periodo de recuperación es de 7 años.

5.7 Análisis de sensibilidad

En esta sección, se evaluará la sensibilidad del proyecto respecto a la variación de ciertos factores críticos. En este análisis se desarrollarán los componentes de las variables de ingresos y egresos.

Para realizar el análisis de sensibilidad, se simularán 3 escenarios (moderado, optimista y pesimista). Se evaluará el valor del VAN, TIR y ratio B/C para analizar la rentabilidad del proyecto en cada uno de estos escenarios.

5.7.1 Ingresos

Los factores a evaluar en relación a los ingresos son la variación en los precios y la demanda del parque de diversiones.

Precios

Los precios son un factor muy importante para la viabilidad del parque. Para el análisis de sensibilidad de los precios, se realizarán las variaciones mostradas en la Tabla 113 y los resultados se indican en la Tabla 114.

Tabla 113: Tabla de escenarios - Precios

Escenario	Descripción
Pesimista	Disminución del precio en 10% debido a la incursión de un nuevo parque
Moderado	Se mantiene el precio actual
Optimista	Incremento del precio en 5% por la gran acogida del parque

Elaboración propia.

Tabla 114: Resultados de los escenarios - Precios

	Pesimista	Moderado	Optimista
VANe (miles S/.)	65,351.7	82,979.4	91,793.2
VANf (miles S/.)	2,344.3	13,741.8	19,440.5
TIRe	19.79%	20.73%	21.19%
TIRf	20.59%	21.68%	22.22%
B/C	0.98	1.01	1.03

Elaboración propia.

El proyecto ya no es rentable en el escenario pesimista (ver TIRe y ratio B/C). Por esto, es importante mantener los precios en los niveles actuales.

Demanda

La demanda es otro factor importante en relación a la viabilidad del proyecto. En la Tabla 115 se muestran los escenarios a considerar para la demanda y los resultados de estos escenarios se presentan en la Tabla 116.

Tabla 115: Tabla de escenarios - Demanda

Escenario	Descripción
Pesimista	Disminución de la demanda en 10% debido a problemas económicos
Moderado	Se mantiene la demanda actual
Optimista	Incremento de la demanda en 5% por mayor llegada de turistas

Elaboración propia.

Tabla 116: Resultados de los escenarios - Demanda

	Pesimista	Moderado	Optimista
VANe (miles S./.)	53,179.8	82,979.4	97,843.2
VANf (miles S./.)	(5,560.2)	13,741.8	23,352.2
TIRe	19.12%	20.73%	21.50%
TIRf	19.81%	21.68%	22.58%
B/C	0.95	1.01	1.04

Elaboración propia.

En el escenario pesimista, el proyecto deja de ser rentable (ver VANf, TIRe y ratio B/C). Por esto, la variación en la demanda afecta considerablemente a la rentabilidad.

5.7.2 Egresos

Los factores a evaluar en relación a los egresos son la variación en los costos de los servicios y los gastos de ventas del parque de diversiones.

Costo de servicios

Los escenarios del costo de servicios a considerar se detallan en la Tabla 117 y sus efectos en la rentabilidad del proyecto se detallan en la Tabla 118.

Tabla 117: Tabla de escenarios – Costo de servicios

Escenario	Descripción
Pesimista	Incremento del precio en 50% por crisis internacional
Moderado	Se mantiene el costo actual
Optimista	Disminución del precio en 10% por exceso de oferta

Elaboración propia.

Tabla 118: Resultados de los escenarios – Costo de servicios

	Pesimista	Moderado	Optimista
VANe (miles S/.)	70,578.6	82,979.4	85,423.1
VANf (miles S/.)	4,263.1	13,741.8	15,596.5
TIRe	19.98%	20.73%	20.88%
TIRf	20.76%	21.68%	21.87%
B/C	0.99	1.01	1.02

Elaboración propia.

En el escenario pesimista, el proyecto ya no sería rentable (ver TIRe y ratio B/C). Por esto, los costos de los servicios deben ser estables para que el proyecto sea viable.

Gastos de ventas

A continuación, se presentan los escenarios previstos para los gastos de ventas se encuentran en la siguiente tabla y sus resultados en la tabla siguiente.

Tabla 119: Tabla de escenarios – Gastos de ventas

Escenario	Descripción
Pesimista	Aumento en 100% debido a una campaña más agresiva
Moderado	Se mantienen los gastos de ventas actuales
Optimista	Disminución en 20% debido al ingreso de más agencias de publicidad

Elaboración propia.

Tabla 120: Resultados de los escenarios – Gastos de ventas

	Pesimista	Moderado	Optimista
VANe (miles S/.)	57,092.0	82,979.4	88,833.8
VANf (miles S/.)	(5,466.2)	13,741.8	17,949.5
TIRe	19.21%	20.73%	21.08%
TIRf	19.85%	21.68%	22.09%
B/C	0.96	1.01	1.03

Elaboración propia.

En caso de ocurrir el escenario pesimista, el proyecto ya no sería rentable (ver VANf, TIRe, TIRf y ratio B/C). Por esto, no podría realizarse una campaña agresiva como la especificada en el escenario pesimista.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El estudio de viabilidad realizado representa una oportunidad de negocio muy innovadora y rentable que tiene el objetivo de fomentar conciencia ambiental y social y promover la educación entre sus clientes.
- La localización del parque está justificada por el menor precio y el hecho que en el futuro existirá la Línea 2 del Metro de Lima y la expansión de la Autopista Ramiro Priale que integrará al parque con la ciudad y hará de este un lugar muy accesible para la mayor parte de la población limeña.
- La geografía del terreno permitirá que en el futuro se puedan realizar expansiones que serán realizadas mediante una evaluación previa en relación a los cambios de la demanda, los gustos de los clientes y la llegada de turistas.
- El proyecto tendrá una inversión de S/. 151'407,250 en activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo. De este monto, 83.28% representan inversiones en activos fijos, 4.46% en activos intangibles y 12.25% en capital de trabajo.
- El VAN económico (S/. 82'979,370.30), VAN financiero (S/. 13'741,788.70) y ratio B/C (1.01) son mayores a 0. Además, el TIR económico (20.73%) y TIR financiero (21.68%) son mayores al costo de oportunidad de capital (20.36%). Por esto, el proyecto es rentable y se ha determinado un periodo de recuperación de 7 años.
- En los escenarios presentados en el análisis de sensibilidad, se concluye que el proyecto será rentable a excepción de que ocurran los escenarios pesimistas previstos en este análisis. Por este motivo, se debe estimar cuidadosamente los factores críticos del proyecto y analizar las variaciones que podrían presentar.

Recomendaciones

- En caso la demanda del parque aumente y sobrepase las expectativas, se recomienda expandir el parque de diversiones por medio de la adquisición de terrenos adyacentes. Esta expansión debe estar acorde a los lineamientos y objetivos del parque y debe tener un impacto mínimo en el diseño original.
- Considerar la instalación de nuevos juegos mecánicos a lo largo del horizonte del proyecto. Con el tiempo, la novedad de los juegos mecánicos disminuye y para atraer la mayor atención del público se deberá contar con nuevos juegos.
- Se sugiere considerar la demanda de visitantes extranjeros (turistas) y nacionales. Además, sería conveniente realizar estudios acerca del comportamiento de los consumidores con el paso del tiempo. Esto se hará con el fin de analizar las exigencias del público y trabajarlas en la concepción del parque.
- Con el fin de aprovechar los cerros con los que colinda el parque, se podría realizar una campaña de arborización en los lugares aledaños a este. Esto permitirá que la ubicación del parque sea más atractiva y esté más relacionada a los objetivos del parque como un lugar ecológico y natural en la ciudad de Lima.
- Sería conveniente emplear el parque como espacio para el establecimiento de ferias en fechas determinadas. Estas ferias podrían ser festivales masivos que permitirán que el parque sea identificado como un ícono cultural de la capital por la promoción de elementos culturales, ecológicos y sociales en la población.
- El proyecto presentado podría ser realizado en otras ciudades del país empleando los objetivos trazados en este. Cabe añadir que para lograr un mayor acercamiento a la identidad de la ciudad, el diseño y los escenarios del parque se basarán primordialmente en el la ciudad que lo albergará.

BIBLIOGRAFÍA

Artículos

AEROPUERTOS.NET

- 2014 “Aeropuerto Internacional Jorge Chávez: Llegada de vuelos”. *Aeropuertos.net*. Consulta: 24 de abril de 2014.

<http://www.aeropuertos.net/aeropuerto-internacional-jorge-chavez-llegadas-de-vuelos/>

COMPLEX

- 2013 “Top 25 Greatest Amusement Park Rides in America”. *Complex*. Los Angeles, 05 de junio de 2013. Consulta: 24 de mayo de 2015.

<http://www.complex.com/pop-culture/2013/06/greatest-amusement-park-rides-in-america/the-twilight-zone-tower-of-terror>

ECONOMÍA Y NEGOCIOS

- 2006 “Tipos de sociedades”. *Economía y Negocios*. Santiago, 31 de octubre de 2006. Consulta: 13 de junio de 2014.

http://www.economiaynegocios.cl/mis_finanzas/detalles/detalle_emp.asp?id=287

EL COMERCIO

- 2014 “Evenpro Park espera la llegada de hasta un millón de visitantes”. *El Comercio*. Lima, 02 de enero de 2014. Consulta: 27 de febrero de 2014.

<http://elcomercio.pe/economia/negocios/evenpro-park-espera-llegada-hasta-millon-visitantes-noticia-1681159>

EL COMERCIO

- 2014 “Los 50 años de El Parque de las Leyendas”. *El Comercio*. Lima, 15 de marzo de 2014. Consulta: 04 de enero de 2015.

<http://elcomercio.pe/lima/ciudad/50-anos-parque-leyendas-noticia-1716107>

EL COMERCIO

2015 “Recojo de basura: 60% del norte y sur de Lima está disconforme”. *El Comercio*. Lima, 24 de agosto de 2015. Consulta: 24 de agosto de 2015.

<http://elcomercio.pe/lima/ciudad/recojo-basura-60-norte-y-sur-lima-esta-disconforme-noticia-1835311>

GESTIÓN

2013 “El Poder Ejecutivo promulgó ley para facilitar inversión”. *Gestión*. Lima, 02 de julio de 2013. Consulta: 20 de enero de 2014.

<http://gestion.pe/economia/poder-ejecutivo-promulgo-ley-facilitar-inversion-2070151>

GESTIÓN

2013 “En seis distritos ya se paga más de S/.4,000 por metro cuadrado”. *Gestión*. Lima, 09 de diciembre de 2013. Consulta: 27 de abril de 2014

<http://gestion.pe/inmobiliaria/viviendas-seis-distritos-ya-se-paga-mas-s-4000-metro-cuadrado-2083142>

GESTIÓN

2014 “Riesgo país de Perú subió dos puntos básicos a 1.68 puntos porcentuales”. *Gestión*. Lima, 04 de noviembre de 2014. Consulta: 05 de noviembre de 2014.

<http://gestion.pe/economia/riesgo-pais-peru-subio-dos-puntos-basicos-168-puntos-porcentuales-2112920>

GESTIÓN

2015 “CCL: PBI peruano crecerá 2.7% el 2015 y 3% el 2016”. *Gestión*. Lima, 27 de agosto de 2015. Consulta: 13 de diciembre de 2015.

<http://gestion.pe/economia/ccl-pbi-peruano-crecera-27-2015-y-3-2016-2141148>

LA REPÚBLICA

2013 “Clase media se incrementó más en los conos de Lima, Pucallpa y Chiclayo”. *La República*. Lima, 11 de agosto de 2013. Consulta: 24 de abril de 2014.

<http://larepublica.pe/11-08-2013/clase-media-se-incremento-mas-en-los-conos-de-lima-pucallpa-y-chiclayo>

LA REPÚBLICA

2015 “Play Land Park: último día de adrenalina y diversión”. *La República*. Lima, 01 de marzo de 2015. Consulta: 1 de mayo de 2015.

<http://www.larepublica.pe/01-03-2015/play-land-park-ultimo-dia-de-adrenalina-y-diversion-video>

LIMA EASY

2014 “Parque Zoológico Huachipa”. *Lima Easy*. Lima, 2014. Consulta: 20 de noviembre de 2014.

<http://www.limaeasy.com/have-fun-in-lima/zoos-in-lima/parque-zoologico-huachipa>

PERÚ 21

2009 “Walt Disney Company quiere invertir en el Perú”. *Perú21*. Lima, 06 de abril de 2009. Consulta: 27 de enero de 2014.

<http://peru21.pe/noticia/269737/walt-disney-company-quiere-invertir-peru>

PERÚ 21

2014 “Costa Park, el parque de diversiones más grande de Lima, abrió sus puertas”. *Perú21*. Lima, 22 de diciembre de 2014. Consulta: 1 de mayo de 2015.

<http://peru21.pe/actualidad/costa-park-parque-diversiones-mas-grande-lima-abrio-sus-puertas-2207352>

PQS.PE

2014 “ABC de la tributación: ¿Qué es el impuesto a la renta?”. *PQS*. Lima, 25 de enero de 2014. Consulta: 27 de mayo de 2015.

<http://pqs.pe/actualidad/noticias/abc-de-la-tributacion-que-es-el-impuesto-la-renta>

PQS.PE

2014 “Sunarp: Pasos para inscribir a tu empresa”. *PQS*. Lima, 12 de noviembre de 2014. Consulta: 29 de diciembre de 2015.

<http://pqs.pe/actualidad/noticias/pasos-para-inscribir-en-registros-publicos-nuestra-empresa>

TERRA

2013 “Parque de la Reserva: el lugar más visitado de Lima”. *Terra*. Lima, 06 de mayo de 2013. Consulta: 23 de agosto de 2014.

<http://noticias.terra.com.pe/peru/parque-de-la-reserva-el-lugar-mas-visitado-de-lima,52d003acddc5e310VgnVCM4000009bcceb0aRCRD.html>

TERRA

2014 “Transnacional anuncia nuevo parque de diversiones en Lima”. *Terra*. Lima, 12 de agosto de 2014. Consulta: 04 de enero de 2015

<http://economia.terra.com.pe/transnacional-anuncia-nuevo-parque-de-diversiones-en-lima,3cfe22eca2cc7410VgnVCM4000009bcceb0aRCRD.html>

Informes o reportes

AECOM

2015 *TEA/AECOM 2014 Theme Index and Museum Index: The Global Attractions Attendance Report*. Los Angeles. Consulta: 12 de diciembre de 2015.

http://www.teaconnect.org/images/files/TEA_103_49736_150603.pdf

ASOCIACIÓN PERUANA DE EMPRESAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
(APEIM)

2010 *Niveles Socioeconómicos 2010 - Lima Metropolitana*. Consulta: 07 de enero de 2014.

<http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2010-LIMA.pdf>

ASOCIACIÓN PERUANA DE EMPRESAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
(APEIM)

2015 *Niveles Socioeconómicos 2015 - Lima Metropolitana*. Lima. Consulta: 20 de diciembre de 2015.

<http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2015.pptx>

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO

2015 *Tasas de interés y cargos financieros vigentes*. Washington D.C. Consulta: 29 de diciembre de 2015.

<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=35775840>

BRAVO Orellana, Sergio

2004 *Los parámetros del Capital Asset Pricing Model: Conceptos y estimación*. Lima. Consulta: 05 de agosto de 2014.

<http://www.indiceperu.com/lecturas/paper04.pdf>

BRAVO Orellana, Sergio

2004 *Metodologías para el cálculo del costo de oportunidad de capital en sectores regulados y mercados emergentes*. Lima. Consulta: 05 de noviembre de 2014.

<http://www.indiceperu.com/lecturas/paper06.pdf>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ

2014 *Comisión de Economía, Banca, Finanzas e Inteligencia Financiera: Periodo Anual de Sesiones 2014-2015*. Lima. Consulta: 13 de diciembre de 2015.

[http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/ApoyComisiones/comision2011.nsf/DictamenesFuturo/918EE3465E48A06E05257D9D0054E2B0/\\$FILE/ECONOM%C3%8DA_4007-2014-PE_Txt.Fav.Sust.Mayor%C3%ADa.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/ApoyComisiones/comision2011.nsf/DictamenesFuturo/918EE3465E48A06E05257D9D0054E2B0/$FILE/ECONOM%C3%8DA_4007-2014-PE_Txt.Fav.Sust.Mayor%C3%ADa.pdf)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (INEI)

2012 *Perú: Evolución de los Indicadores de Empleo e Ingreso por Departamento 2004-2012*. Lima. Consulta: 01 de mayo de 2015.

http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1105/cap06.pdf

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (INEI)

2014 *Estado de la Población Peruana 2014*. Lima. Consulta: 18 de enero de 2015.

http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1157/libro.pdf

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (INEI)

2014 *Una Mirada a Lima Metropolitana*. Lima. Consulta: 30 de diciembre de 2015.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1168/libro.pdf

INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO (INSHT)

2006 *Aspectos Ergonómicos del Ruido: Evaluación*. Madrid. Consulta: 23 de abril de 2015.

<http://www.insht.es/Ergonomia2/Contenidos/Promocionales/Ruido%20y%20Vibraciones/ficheros/DTE-AspectosErgonomicosRUIDOVIBRACIONES.pdf>

LIMA COMO VAMOS

2015 *Encuesta Lima Cómo Vamos: Quinto informe de percepción sobre calidad de vida.* Lima. Consulta: 18 de enero de 2015.

<http://www.limacomovamos.org/cm/wp-content/uploads/2015/01/EncuestaLimaComoVamos2014.pdf>

TAX FOUNDATION

2012 *Federal Corporate Income Tax Rates, Income Years 1909-2012.* Nueva York. Consulta: 05 de noviembre de 2014

<http://taxfoundation.org/article/federal-corporate-income-tax-rates-income-years-1909-2012>

TAX FOUNDATION

2013 *State Corporate Income Tax Rates.* Nueva York. Consulta: 05 de noviembre de 2014.

<http://taxfoundation.org/article/state-corporate-income-tax-rates>

Libros

BELTRÁN, Arlette y Hanny CUEVA

2007 *Evaluación privada de proyectos.* Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.

LIND, Douglas, William G. MARCHAL y Samuel A. WATHEN

2014 *Estadística aplicada a los negocios y la economía.* Nueva York: McGraw-Hill.

SUÑE, Albert, Francisco GIL e Ignasi ARCUSA

2004 *Manual práctico de diseño de sistemas productivos.* Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

PORTER, Michael

1980 *Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*. Nueva York: Free Press.

VAN HORNE, James C. y John M. WACHOWICZ

2002 *Fundamentos de administración financiera*. México: Pearson Educación.

Norma (ley y decreto)

JUSTIA PERÚ

2007 *Ley N° 28976*. Ley marco de licencia de funcionamiento. Consulta: 27 de mayo de 2015.

<http://docs.peru.justia.com/federales/leyes/28976-feb-4-2007.pdf>

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS

2007 *Ley N° 29090*. Edificaciones y Habilitaciones Urbanas. Lima, 25 de septiembre de 2007. Consulta: 05 de enero de 2015.

https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/capacita/2_reglamento_ley_29090.pdf

MINISTERIO DE VIVIENDA, CONSTRUCCIÓN Y SANEAMIENTO

2006 *Norma A.130*. Requisitos de seguridad. Lima, 08 de junio de 2006. Consulta: 02 de marzo de 2015.

http://www.vivienda.gob.pe/documentos/documentos_ds_010/4/Norma_A.130_Requisitos_de_Seguridad.pdf

PORTAL DEL ESTADO PERUANO

2004 *Decreto Supremo N° 156-2004-EF*. Consulta: 27 de mayo de 2015.

http://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/11106/PLAN_11106_Ley%20de%20Tributacion%20Municipal_2010.pdf

Página web

ALEXA

Alexa – Actionable Analytics for the Web. Consulta: 12 de mayo de 2015.

<http://www.alexacom/topsites/countries/PE>

ALPHA KARTING

Alpha Karting – Pièces et accessoires karting. Consulta: 30 de mayo de 2015.

<http://www.alpha-karting.fr/Target.aspx>

AULA FÁCIL

AulaFacil - Cursos online gratuitos. Consulta: 15 de diciembre de 2015.

<http://www.aulafacil.com/cursos/l20766/empresa/estrategia/estrategia-empresarial-basico/las-cinco-fuerzas-de-porter-amenaza-de-entrada-de-nuevos-competidores>

AULA FÁCIL

AulaFacil - Cursos online gratuitos. Consulta: 15 de diciembre de 2015.

<http://www.aulafacil.com/cursos/l20767/empresa/estrategia/estrategia-empresarial-basico/las-cinco-fuerzas-de-porter-rivalidad-entre-competidores-establecidos>

AULA FÁCIL

AulaFacil - Cursos online gratuitos. Consulta: 15 de diciembre de 2015.

<http://www.aulafacil.com/cursos/l20765/empresa/estrategia/estrategia-empresarial-basico/las-cinco-fuerzas-de-porter-la-competencia-de-los-productos-sustitutivos>

AULA FÁCIL

AulaFacil - Cursos online gratuitos. Consulta: 15 de diciembre de 2015.

<http://www.aulafacil.com/cursos/l20769/empresa/estrategia/estrategia-empresarial-basico/las-cinco-fuerzas-de-porter-poder-de-negociacion-de-los-proveedores>

AULA FÁCIL

AulaFacil - Cursos online gratuitos. Consulta: 15 de diciembre de 2015.

<http://www.aulafacil.com/cursos/l20768/empresa/estrategia/estrategia-empresarial-basico/las-cinco-fuerzas-de-porter-poder-de-negociacion-de-los-compradores>

BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ (BCRP)

Banco Central de Reserva del Perú. Consulta: 30 de abril de 2015.

<https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/P00506PRM/html>

BANCO MUNDIAL

Banco Mundial – El grupo del Banco Mundial. Consulta: 13 de diciembre de 2015.

<http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>

CHOSICA

Relax y diversión para toda la familia! Chosica – “La Villa del Sol”. Consulta: 20 de noviembre de 2013.

<http://www.chosica.com/directorio/campestres>

DAMORADAN ONLINE

Damodaran Online. Consulta: 05 de noviembre de 2014.

http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

DISNEYLAND

Parque Disneyland - Disneyland Resort. Consulta: 24 de mayo de 2015.

<https://disneyland.disney.go.com/es/disneyland/>

EL RUIDO

El ruido. Consulta: 19 de enero de 2014.

<http://www.elruido.com/portal/web/concienciacion/inicio>

EUROPAGES

Europages. Consulta: 8 de marzo de 2014.

<http://www.europages.es/guia-empresas/did-05/hc-05890/Parques-de-atracciones-instalaciones.html>

GIANT WHEELS

Giant Wheels: Creating worldwide landmarks. Consulta: 30 de mayo de 2015.

http://www.giantwheels.info/product_giant_wheel.htm

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA CIVIL (INDECI)

INDECI - Instituto Nacional de Defensa Civil. Consulta: 29 de diciembre de 2015.

http://www.indeci.gob.pe/oit/cua_costo_renov_itsdc.pdf

INSTITUTO SINDICAL DE TRABAJO, AMBIENTE Y SALUD

Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud. Consulta: 22 de febrero de 2015.

<http://www.istas.net/web/index.asp?idpagina=1235>

INTERBANK

Interbank - El tiempo vale más que el dinero. Consulta: 28 de mayo de 2015.

<http://www.interbank.com.pe/itf>

INTERMARKRIDE GROUP

Interpark - Roller Coasters Manufacturer. Consulta: 30 de mayo de 2015.

<http://www.pinfari.com/images/stories/models/loopcoaster.pdf>

LEDBOX

Ledbox News – Todo sobre Iluminación LED. Consulta: 22 de febrero de 2015.

<http://blog.ledbox.es/informacion-led/637>

LUZ DEL SUR

Luz del Sur. Consulta: 28 de diciembre de 2015.

<https://www.luzdelsur.com.pe/media/pdf/tarifas/TARIFAS.pdf>

MUNICIPALIDAD DE ATE

Municipalidad Distrital de Ate. Consulta: 29 de diciembre de 2015.

http://www.muniate.gob.pe/ate/files/licenciaFuncionamiento/PROCEDIMIENTO/sec_tupa_lic_fun_2014.pdf

MUNICIPALIDAD DE ATE

Municipalidad Distrital de Ate. Consulta: 29 de diciembre de 2015.

http://www.muniate.gob.pe/ate/files/licenciaEdificacion/PROCEDIMIENTO/3_Sec.pdf

NERGIZA

Nergiza: La energía del día a día. Consulta: 22 de febrero de 2015.

<http://nergiza.com/cual-es-la-temperatura-ideal-del-aire-acondicionado/>

PERÚ TRAVEL

Perú. Travel. Consulta: 24 de mayo de 2015.

<http://www.peru.travel/es-lat/sobre-peru/ubicacion-geografia-y-clima.aspx>

PORTAL DEL ESTADO PERUANO

Portal del Estado Peruano. Consulta: 27 de mayo de 2015.

http://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/11717/PLAN_11717_REQUISITOS%20LIC%20EDIFICACION_2010.pdf

PREVENCIÓN DOCENTE

Prevención de Riesgos Laborales en Centros Docentes. Consulta: 22 de febrero de 2015.

<http://www.prevenciondocente.com/riesgosaula.htm>

SERVICIO DE PARQUES DE LIMA (SERPAR)

SERPAR - Servicio de parques de Lima. Consulta: 04 de enero de 2015.

<http://www.serpar.gob.pe/category/parques-zonales/>

SERVICIO DE PARQUES DE LIMA (SERPAR)

SERPAR - Servicio de parques de Lima. Consulta: 04 de enero de 2015.

<http://www.serpar.gob.pe/quienes-somos/>

SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN AMBIENTAL (SINIA)

SINIA – Sistema Nacional de Información Ambiental. Consulta: 19 de enero de 2014.

<http://sinia.minam.gob.pe/index.php?accion=verElemento&idElementoInformacion=39&verPor=tema&idTipoElemento=15&idTipoFuente=>

SERVICIO DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE LIMA (SEDAPAL)

SEDAPAL - Servicio de Agua Potable y Alcantarillado de Lima. Consulta: 28 de diciembre de 2015.

http://www.sedapal.com.pe/c/document_library/get_file?uuid=e52230b3-8b48-4f56-8af4-10e7fcb849e8&groupId=29544

SUPERINTENDENCIA DE SALUD - GOBIERNO DE CHILE

Superintendencia de Salud - Gobierno de Chile. Consulta: 27 de mayo de 2015.

<http://www.supersalud.gob.cl/568/w3-article-8901.html>

SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS Y DE ADMINISTRACIÓN
TRIBUTARIA (SUNAT)

SUNAT - Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

Consulta: 14 de junio de 2014.

http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=45&Itemid=73

SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS Y DE ADMINISTRACIÓN
TRIBUTARIA (SUNAT)

SUNAT - Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

Consulta: 27 de mayo de 2015.

http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=181:igv-cuadro-resumen&catid=46:igv-isc&Itemid=74

SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS Y DE ADMINISTRACIÓN
TRIBUTARIA (SUNAT)

SUNAT - Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

Consulta: 28 de mayo de 2015.

http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=656:03-tasa-del-itf&catid=101:banca-y-medios-de-pago&Itemid=170

SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE REGISTROS PÚBLICOS (SUNARP)

SUNARP – Superintendencia Nacional de Registros Públicos. Consulta: 29 de diciembre de 2015.

https://sid.sunarp.gob.pe/sid/recursos/Requisitos/requisitos_para_el_cumplimiento.pdf

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Universidad de Málaga. Consulta: 27 de mayo de 2015.

<http://www.uma.es/ficha.php?id=17949>

VENDE.PE

Vende.pe! La web para comprar y vender. Consulta: 03 de mayo de 2014.

https://www.vende.pe/san_juan_de_lurigancho/terrenos/Terreno_industrial_en_Caja_marquilla_244077.htm

VENDE.PE

Vende.pe! La web para comprar y vender. Consulta: 03 de mayo de 2014.

https://www.vende.pe/cieneguilla/terrenos/Terreno_plano_Cieneguilla106Ha_300m2_document_225771.htm

VENDE.PE

Vende.pe! La web para comprar y vender. Consulta: 03 de mayo de 2014.

http://www.vende.pe/ate/terrenos/Terreno_en_Ate___104_546_m2_239869.htm

Tesis

CARBAJAL López, Eduardo

2007 *Estudio de pre factibilidad para la implementación de un ecolodge en la ciudad de Huaraz.* Tesis de licenciatura en Ingeniería Industrial. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Ciencias e Ingeniería.

CHUQUILLANQUI Vilchez, Norma Isabel

2004 *Valor Prensa Institucional: Caso Centro Ecológico Recreacional Huachipa - 2001.* Tesis de licenciatura en Comunicación Social. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas.

MONTALBÁN Buendía, Álvaro

2010 *Estudio de pre factibilidad de un centro recreativo / zoológico en el Cono Norte de Lima Metropolitana.* Tesis de licenciatura en Ingeniería Industrial. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Ciencias e Ingeniería.

MONTES Yasuoka, Akemi

2011 *Estudio de pre factibilidad para el establecimiento de un restaurante de comida rápida cereal bar, dedicado a la venta de snacks saludables.* Tesis de licenciatura en Ingeniería Industrial. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Ciencias e Ingeniería.

SOLÍS Castillo, Grecia y ALMONACID Rivas, Oswaldo

2013 *Estudio de pre factibilidad para la implementación de una cadena de restaurantes de pollo a la brasa en tres zonas geográficas de Lima Metropolitana y Callao enfocada en los niveles socioeconómicos C y D.* Tesis de licenciatura en Ingeniería Industrial. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Ciencias e Ingeniería.

VIDAL Martel, Isaac

2008 *Estudio de pre factibilidad para la creación de un taller automotriz de atención continua para vehículos ligeros en Lima Metropolitana.* Tesis de licenciatura en Ingeniería Industrial. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Ciencias e Ingeniería.