



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

TÍTULO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

“Estudio de factibilidad para un centro entretenimiento dirigido para niños de dos a doce años en la ciudad de Azogues provincia del Cañar” noviembre 2019

ELABORADO POR:

Econ. Fabiola Estefanía Peñaloza Urgiles

Previa a la obtención del Grado Académico de Magíster en Finanzas y Economía
Empresarial

TUTOR

Ing. Ma. Josefina Alcívar Avilés, Ph.D

Guayaquil, a los 24 días del mes de julio de 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Ec. Fabiola Estefanía Peñaloza Urgiles, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Finanzas y Economía Empresarial.

Guayaquil, a los 24 días del mes de julio de 2020

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. Ma. Josefina Alcívar Avilés, Ph.D

REVISORES:

Econ. Jack A. Chávez G

Econ. Juan López Vera, Mgs.

DIRECTOR DEL PROGRAMA

Econ. Ma. Teresa Alcívar Avilés, Ph.D



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Econ. Fabiola Estefanía Peñaloza Urgiles

DECLARO QUE:

El trabajo de investigación titulado “Estudio de factibilidad para un centro de entretenimiento dirigido a niños de dos a doce años en la ciudad de Azogues provincia del Cañar.” previa a la obtención del Grado Académico de Magíster, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 24 días del mes de julio de 2020

EL AUTOR

Yo, Econ. Fabiola Estefanía Peñaloza Urgiles



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

AUTORIZACIÓN

Yo, Econ. Fabiola Estefanía Peñaloza Urgiles

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del trabajo de titulación de la Maestría Finanzas y Economía Empresarial: “Estudio de factibilidad para un centro de entretenimiento dirigido a niños de dos a doce años en la ciudad de Azogues provincia del Cañar”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 24 días del mes de julio de 2020

EL AUTOR

Econ. Fabiola Estefanía Peñaloza Urgiles

REPORTE DE URKUND

URKUND

Lista de fuentes Bloques Teresa Alcivar Avilés (maria.alcivar10)

Documento [peñalcoza.pdf](#) (091892593)

Presentado 2021-01-12 15:41 (-05:00)

Presentado por Teresa Alcivar Avilés (maria.alcivar10@cu.ucsg.edu.ec)

Recibido maria.alcivar10.ucsg@analysis.orkund.com

3% de estas 76 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	TESIS_FINAL_.pdf
Fuentes alternativas	
	TESIS_FINAL_UCSG_MAFE_IV.docx
	TESIS_EVELYN_SALTOS_SALTOS_UCSG_IV_MAFE.docx
	TESIS_EVELYN_SALTOS_SALTOS_UCSG_IV_MAFE.docx

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

90% #1 Activo Archivo de registro Urkund: Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil / TESIS_FINAL_.pdf 90%

SISTEMA DE POSGRADO MAESTRIA EN FINANZAS Y ECONOMIA EMPRESARIAL TITULO DE TRABAJO DE TITULACION "Estudio de factibilidad para un centro entretenimiento dirigido para niños de dos a doce años en la ciudad de Azuagues provincia del Cañar" noviembre 2019 Previa a la obtención del Grado Académico de Magister en Finanzas y Economía Empresarial.

ELABORADO POR: Econ. Fabiola Estefanía Peñalcoza Urgiles TUTOR Ing. Ma. Josefina Alcivar Avilés, Ph.D Guayaquil, a los 24 días del mes de julio de 2020

SISTEMA DE POSGRADO

CERTIFICACIÓN Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Ec. Fabiola Estefanía Peñalcoza Urgiles, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magister en Finanzas y Economía Empresarial. Guayaquil, a los 24 días del mes de julio de 2020 DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN Ing. Ma. Josefina Alcivar

SISTEMA DE POSGRADO MAESTRIA EN FINANZAS Y ECONOMIA EMPRESARIAL TITULO DE TRABAJO DE TITULACION "Estudio de factibilidad para un centro entretenimiento dirigido para niños de dos a doce años en la ciudad de Azuagues provincia del Cañar" Noviembre 2019 Previa a la obtención del Grado Académico de Magister en Finanzas y Economía Empresarial.

ELABORADO POR: Ec. Fabiola Estefanía Peñalcoza Urgiles TUTOR Mgs. Ma. Josefina Alcivar Guayaquil, a los 24 días del mes de julio de 2020

SISTEMA DE POSGRADO

CERTIFICACIÓN Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Ec. Fabiola Estefanía Peñalcoza Urgiles, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magister en Finanzas y Economía Empresarial. Guayaquil, a los 11 días del mes de abril de 2020 DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN (Firma) _____ Ma. Josefina Alcivar

AGRADECIMIENTO

Primero y antes que nada dar gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente, y permitirme lograr cada una de mis metas propuestas; en segundo lugar a mi Madre por ser mi ejemplo, amiga, compañera y ante todo el pilar fundamental que me ayudado a crecer y a cumplir cada uno de mis sueños, a mi enamorado por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han permitido llegar hasta donde estoy; a mis catedráticos por transmitirme sus sabios conocimientos y por último a mi Tutora de tesis Mgs. Ma. Josefina Alcívar quien con sus conocimientos supo guiarme y orientarme para el exitoso desarrollo de este trabajo de investigación.



Fabiola Estefanía Peñaloza Urgiles

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre, cuyo vivir me ha mostrado que en el camino hacia la meta se necesita de la dulce fortaleza para aceptar las derrotas y del sutil coraje para derribar miedos, porque siempre creyó en mí y supo sacarme adelante, a mi enamorado por siempre brindarme su apoyo incondicional, ayudarme cada vez que lo necesitaba y enseñarme a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.



Fabiola Estefanía Peñaloza Urgiles

INDICE

INDICE	VIII
RESUMEN.....	XVII
ABSTRACT.....	XVIII
INTRODUCCION	1
CAPÍTULO 1	3
Generalidades del Proyecto.....	3
Antecedentes.....	3
Descripción de la situación actual del área de intervención del proyecto.....	4
Localización y límites.....	4
Áreas Protegidas	5
Recursos Naturales	6
Población	6
Salud	7
Educación.....	7
Migración.....	8
Infraestructura Básica y Servicios Públicos.....	9
Sistema Vial.....	9
Planteamiento del Problema	9
Formulación del Problema.....	10
Sistematización del problema	10
Justificación de la investigación.....	11
Delimitación del tema.....	12
Delimitación espacial.....	12
Delimitación temporal	12
Objetivos de la investigación.....	12
Objetivo General.....	12

Objetivos específicos	12
Variables	14
Variables Dependientes	14
Variables Independientes	14
Recopilación de la información	14
Fuentes primarias	14
Fuentes secundarias	15
Marco Teórico	15
Hospitalidad y recreación	15
Marco Conceptual	19
Estudio de mercado	19
Tipos de estudio de mercado	20
Oferta y demanda	21
Producto Servicios	21
Precio	21
Segmentación	22
Estudio Técnico	23
Evaluación Financiera	25
Flujo de Fondos	25
Valor Actual Neto (VAN)	26
Tasa Interna de Retorno (TIR)	26
Punto de Equilibrio	27
Marco Legal	28
Constitución del Ecuador	28
Requisitos Ministerio de Inclusión Económica y Social	28
Requisitos Municipio de Azogues	30
Marco Metodológico	31

Tipo de Estudio	31
Definición del Objeto de estudio	32
Operacionalización de las Variables	32
Tipo de la muestra	35
Definición de la población y tamaño de la muestra	35
Técnicas e Instrumentos	36
CAPÍTULO 3	37
Análisis del Mercado del Sector de Entretenimiento infantil de la Ciudad de Azogues	37
Análisis de los resultados.....	38
La encuesta realizada arrojó resultados que se muestran a continuación:	38
Investigación de mercado	52
Análisis de Oferta	52
Análisis de la Demanda	54
Determinación de la Demanda insatisfecha.....	55
Matriz FODA.....	56
Matriz FODA para la formulación de estrategias.....	58
Análisis de las Fuerzas de Porter.....	61
Análisis del modelo de Michael Porter para el centro de entretenimiento infantil	
<i>PlayKids</i>	61
Poder de negociación de los clientes o compradores.....	61
Poder de negociación de los proveedores	62
Amenaza de ingreso de nuevos competidores (Competidores potenciales)	62
Conclusión Parcial.....	63
CAPÍTULO 4	64
Análisis Técnico y Organizacional	64
Localización del Negocio	64
Capacidad Instalada.....	68

Estructura organizacional	71
Nombre de la Empresa.....	71
Tipo de Empresa	72
Socio	72
Razón Social	72
Misión/Visión	73
Logotipo.....	73
Objetivos estratégicos	73
Organigrama	74
Perfiles Profesionales.....	75
Descripción de funciones.....	76
Mercado objetivo	77
Marketing Mix	78
Ventaja competitiva	82
Imagen corporativa	83
Conclusión Parcial.....	84
CAPÍTULO 5	85
Viabilidad Económica y Financiera	85
Inversión	85
Terreno.....	85
Infraestructura.....	85
Equipamiento	86
Inversión Fija	86
Inversión Diferida	87
Capital de Operación	87
Inversión Total.....	88
Financiamiento	89

Presupuesto de Ingresos	89
Presupuesto de Gastos	93
Punto de Equilibrio.....	95
Estados de Resultado proyectado	98
Balance general proyectado.....	104
Flujo neto de fondos proyectados.....	106
Análisis Financiero	109
Tasa mínima atractiva de retorno ponderada.....	109
Valor Actual Neto (VAN).....	111
Tasa interna de retorno (TIR)	113
Retorno de la inversión.....	115
Relación Beneficio Costo (B/C)	118
Ratios de rentabilidad	119
Plan de Contingencia.....	120
Conclusión Parcial.....	121
RESULTADOS.....	121
Análisis general sobre la implementación del centro de entretenimiento infantil en la Ciudad de Azogues post-coronavirus.....	124
DISCUSIÓN	125
CONCLUSIONES	126
RECOMENDACIONES	128
BIBLIOGRAFIA.....	129
ANEXOS.....	133
.....	149

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Poablacion del Canton Azogues	6
Tabla 2 Operacionalización de las variables.....	33
Tabla 3 Segmentación de la muestra	37
Tabla 4 Oferta actual en los sitios de entretenimiento que posee el Cantón Azogues.....	52
Tabla 5 Proyección de la Oferta.....	53
Tabla 6 Segmentación de la Demanda.....	54
Tabla 7 Demanda Proyectada	55
Tabla 8 Demanda Insatisfecha.....	56
Tabla 9 Matriz FODA.....	57
Tabla 10 Matriz FODA para la formulación de estrategias	60
Tabla 11 Localización Optima para “PlayKids”	64
Tabla 12 Capacidad Instalada “PlayKids”	68
Tabla 13 Tabla Aportación de Socio	72
Tabla 14 Perfiles profesionales y sus funciones	76
Tabla 15 Descripción de Funciones.....	76
Tabla 16 Precios de los servicios de PlayKids, en dólares	79
Tabla 17 Edificación.....	85
Tabla 18 Equipo y Herramientas	86
Tabla 19 Inversión Fija.....	86
Tabla 20 Inversión Diferida.....	87
Tabla 21 Capital de Operación	88
Tabla 22 Inversión Total.....	88
Tabla 23 Financiamiento	89
Tabla 24 Estimación ingresos escenario normal.....	90
Tabla 25 Estimación ingresos escenario pesimista.....	91
Tabla 26 Estimación ingresos escenario optimista	91
Tabla 27 Presupuesto ingresos escenario normal	92
Tabla 28 Presupuesto ingresos escenario pesimista.....	92
Tabla 29 Gastos Proyectados.....	93
Tabla 30 Punto de equilibrio Multiproducto.....	95
Tabla 31 Punto de equilibrio Multiproducto.....	96
Tabla 32 Punto de equilibrio Multiproducto.....	97
Tabla 33 Estados de Resultados proyectados de PlayKids escenario normal.....	98

Tabla 34 Estados de Resultados proyectados de PlayKids escenario pesimista.....	100
Tabla 35 Estados de Resultados proyectados de PlayKids escenario optimista	102
Tabla 36 Balance General proyectado de PlayKids.....	104
Tabla 37 Flujo neto de fondos proyectado de PlayKids escenario normal	106
Tabla 38 Flujo neto de fondos proyectado de PlayKids escenario pesimista	107
Tabla 39 Flujo neto de fondos proyectado de PlayKids escenario optimista	108
Tabla 40 Cálculo TMAR sin deuda mediante método CAPM	110
Tabla 41 Cálculo TMAR con deuda mediante método CAPM	110
Tabla 42 Cálculo del VAN escenario normal	111
Tabla 43 Cálculo del VAN escenario pesimista	112
Tabla 44 Cálculo del VAN escenario optimista	112
Tabla 45 Cálculo de la TIR escenario normal	113
Tabla 46 Cálculo de la TIR escenario pesimista.....	114
Tabla 47 Cálculo de la TIR escenario pesimista.....	115
Tabla 48 Periodo de recuperación de la inversión (Payback) escenario normal.....	116
Tabla 49Periodo de recuperación de la inversión (Payback) escenario normal.....	117
Tabla 50 Periodo de recuperación de la inversión (Payback) escenario optimista.....	118
Tabla 51 Índices de rentabilidad.....	119
Tabla 52 Oferta actual en los sitios de entretenimiento que posee el Cantón Azogues.....	122
Tabla 53 Demanda Insatisfecha.....	123
Tabla 54 Fundamentar teóricamente la investigación.....	133
Tabla 55 Elaborar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta actual de la propuesta.....	133
Tabla 56 Diseñar administrativa y legalmente el centro de entretenimiento infantil.....	134
Tabla 57 Analizar financieramente la viabilidad del proyecto	134

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Mapa 1 Localización de la ciudad de Azogues, adaptado de” Localización y Limites”, por Gobierno Autónomo Descentralizado del Cañar, 2019.	5
<i>Figura 2.</i> Edad del encuestado, adaptado del “Estudio de mercado”	38
<i>Figura 3.</i> Instrucción del encuestado, adaptado del “Estudio de mercado”	39
<i>Figura 4.</i> Lugar de residencia, adaptado del “Estudio de mercado”	40
<i>Figura 5.</i> Ingreso mensual, adaptado del “Estudio de mercado”.....	40
<i>Figura 6.</i> Actividad Económica, adaptado del “Estudio de mercado”	41
<i>Figura 7.</i> ¿Número de niños entre 2 y 12 años?, adaptado del “Estudio de mercado”.....	41
<i>Figura 8.</i> Personas que visitan centros de entretenimiento con sus niños, adaptado del “Estudio de mercado”	42
<i>Figura 9.</i> Frecuencia de visita, adaptado del “Estudio de mercado”	43
<i>Figura 10.</i> Días de mayor afluencia a sitios de entretenimiento para niños, adaptado del “Estudio de mercado”	45
<i>Figura 11.</i> Horario de preferencia para asistir a sitios de entretenimiento, adaptado del “Estudio de mercado”	45
<i>Figura 12.</i> Personas prestas en asistir a un centro de entretenimiento para niños que esté ubicado en la ciudad de Azogues, adaptado del “Estudio de mercado”	46
<i>Figura 13.</i> Factores más importantes en un centro de entretenimiento para niños, adaptado del “Estudio de mercado”	47
<i>Figura 14.</i> Juegos más atractivos para el mercado potencial, adaptado del “Estudio de Mercado”.....	48
<i>Figura 15.</i> Servicios adicionales más atractivos para el mercado potencial, adaptado del “Estudio de Mercado”.....	49
<i>Figura 16.</i> ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ingresar al centro de entretenimiento infantil? considerando que puede permanecer las horas que desee, adaptado del “Estudio de Mercado”.....	50
<i>Figura 17.</i> Tipo de comida de mayor aceptación por el mercado potencial, adaptado del “Estudio de Mercado”.....	51
<i>Figura 18.</i> Modelo de Michael Porter, adaptado de “Análisis de las Fuerzas de Porter”, por Porter, M, 1979.	61
<i>Figura 19.</i> Localización <i>PlayKids</i> , adaptado de “Google Maps”.....	66
<i>Figura 20.</i> Plano de <i>PlayKids</i>	67
<i>Figura 21.</i> Diagrama de procesos.....	69
<i>Figura 22.</i> Ciclo del Negocio. Adaptado de “Análisis del Crecimiento del Negocio”, por Cerem Business School	71
<i>Figura 23.</i> Logotipo.....	73
<i>Figura 24.</i> Organigrama <i>PlayKids</i>	75
<i>Figura 25.</i> Marketing Mis (Las 4Ps). Adaptado de “Wikipedia”	78
<i>Figura 26:</i> Ratios de Rentabilidad, adaptado de (Análisis financiero).....	120

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Objetivos Específicos	133
Anexo 2. Diseño de la Encuesta	135
Anexo 3. Resultados de la Encuestas	139
Anexo 4. Juegos Infantiles	143
Anexo 5. Áreas del centro de entretenimiento <i>PlayKids</i>	145
Anexo 6. Papelería básica.....	147
Anexo 7. Uniformes	147
Anexo 8. Souvenirs	148
Anexo 9. Tasa de interés BANECUADOR.....	149
Anexo 10. Tabla de Amortización préstamo Bancario.....	150
Anexo 11. Mano de Obra Directa.....	150
Anexo 12. Mano de Obra Indirecta	150
Anexo 13. Sueldos y Salarios personal Administrativo	151
Anexo 14. Sueldos y Salarios personal de ventas.....	151
Anexo 15. Materia Prima	151
Anexo 16. Materiales.....	151
Anexo 17. Insumos.....	152
Anexo 18. Gastos de mantenimiento.....	152
Anexo 19. Equipos y herramientas área administrativa	153
Anexo 20. Equipos y herramientas del salón de fiestas.....	153
Anexo 21. Equipos y herramientas del patio de comidas	154
Anexo 22. Equipos y herramientas área de esparcimiento	155
Anexo 23. Equipos y herramientas área de enfermería	155
Anexo 24. Equipos y herramientas área de boletería	155
Anexo 25. Muebles y enseres área administrativa.....	156
Anexo 26. Muebles y enseres del salón de fiestas.....	156
Anexo 27. Muebles y Enseres del patio de comidas	156
Anexo 28. Muebles y Enseres área de esparcimiento.....	157
Anexo 29. Muebles y Enseres área de enfermería.....	157
Anexo 30. Muebles y Enseres área de boletería	157
Anexo 31. Equipo de cómputo área administrativa.....	158
Anexo 32. Equipo de cómputo salón de fiestas.....	158
Anexo 33. Equipo de cómputo área de enfermería.....	158
Anexo 34. Equipo de oficina área administrativa.....	158
Anexo 35. Equipo de oficina del patio de comidas	159
Anexo 36. Equipo de oficina área de boletería.....	159
Anexo 37. Materiales para el patio de comida	159
Anexo 38. Materiales para el área de boletería.....	160
Anexo 39. Materiales para el área de fiestas	160
Anexo 40. Útiles de aseo	161
Anexo 41. Requerimiento e insumos.....	162
Anexo 42. Útiles de oficina.....	162
Anexo 43. Souvenirs	163
Anexo 44. Gastos de publicidad y propaganda	163
Anexo 45. Gastos de Depreciación.....	164
Anexo 46. Depreciación acumulada.....	164
Anexo 47. Betas por Sector (US)	165

RESUMEN

El objetivo del presente proyecto de investigación se basa en demostrar la factibilidad y viabilidad de la implementación de un centro de entretenimiento infantil dirigido para niños de dos a doce años de edad en el Cantón Azogues Provincia del Cañar, denominado *PlayKids*, por medio de la aplicación práctica de los conocimientos teóricos y técnicos convertidos en herramientas de investigación sostenible y sustentable. El centro de entretenimiento infantil oferta diversos juegos de entretenimiento como: *Playground*, piscina de pelotas, pared escaladora, cancha deportiva, parque infantil para niños pequeños, además de contar con parqueadero privado, área de esparcimiento para los padres de familia, patio de comidas y salón de eventos.

Para el presente proyecto se obtiene información directa (levantamiento de encuestas) del lugar donde se va a implementar el proyecto, conjuntamente con información de páginas web, de diferentes instituciones relacionadas con el objeto de estudio; las encuestas se aplicaron a padres y madres de familia que tengan niños de dos a doce años de edad; con los resultados de la investigación de mercado se determinó la demanda que nos permitirá definir los requerimientos para cubrir la demanda insatisfecha a través del análisis de la oferta; estudio técnico y organizacional para definir la infraestructura física, tecnológica y organizacional y por último el estudio económico y financiero para proceder con la evaluación de viabilidad y factibilidad económica y financiera. En base a los resultados del estudio financiero se demostró la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto, justificando la inversión y por ende la puesta en marcha del proyecto. Por último se expuso las respectivas conclusiones y recomendaciones.

Palabras Claves: Centro de entretenimiento infantil, merchandising, factibilidad, Imagen corporativa, juegos.

ABSTRACT

The objective of this research project is to demonstrate the feasibility and viability of the implementation of a children's entertainment center aimed for children from two to twelve years of age in the Azogues Cantón Province of Cañar, called PlayKids, through the practical application of theoretical and technical knowledge converted into sustainable and sustainable research tools. The children's entertainment center offers various entertainment games such as: Playground, ball pool, climbing wall, sports court, playground for toddlers, as well as having private parking, recreation area for parents, food court and event room.

For this project, direct information (survey surveying) is obtained from the place where the project will be implemented, together with information from web pages, from different institutions related to the object of study; the surveys were applied to parents who have children aged two to twelve; with the results of the market research, the demand was determined that will allow us to define the requirements to meet unmet demand through supply analysis; technical and organizational study to define the physical, technological and organizational infrastructure and finally the economic and financial study to proceed with the feasibility assessment and economic and financial feasibility. Based on the results of the financial study, the profitability and sustainability of the project was demonstrated, justifying the investment and therefore the implementation of the project. Finally, the respective conclusions and recommendations were presented.

Key Words: Children's entertainment center, merchandising, feasibility, corporate image, games.

INTRODUCCION

Durante los primeros años de vida el nivel de aprendizaje de los niños es acelerado y los métodos que se apliquen son cruciales para su desarrollo junto a la implementación de programas educativos que interactúen con el medio físico y natural, permitirá fomentar actividades que ayuden a desarrollar sus destrezas y habilidades. En los últimos años los juegos han sido definidos como algo tradicional para entretener a niños y adultos en diferentes procesos de aprendizaje, particularmente en los infantes es una pieza fundamental para su desarrollo debido a que los niños son motores de su propio progreso; el acompañamiento inteligente y afectivo que como adultos debemos brindarles implica darles el espacio para el albedrío tan esencial e importante que el juego propicia para el desarrollo de su creatividad y así llevar a cabo una gran cantidad de acciones favorables para la vida (Gómez, 2018).

Por ello se considera el juego como el motor que impulsa y fortalece la psicomotricidad de los niños y las áreas destinadas para espacios de diversión y entretenimiento, es una de las herramientas más oportunas e imprescindibles para el complemento de la educación en los centros de formación infantil. Según Paredes (2017) afirma: “El juego puede determinar al niño y facilitar su participación en actividades que, a priori, puedan resultar poco atractivas, como son aquellas que requieren atención, reflexión y comprensión. Es el principal recurso motivador del aprendizaje” (p.54).

Un centro de entretenimiento debe ser complementado con una infraestructura adecuada, seguridad garantizada, ambiente acogedor y la realización de actividades de entretenimiento que les permitan divertirse sanamente y fuera de peligro para los niños y por supuesto para que los padres de familia se sientan augustos y tranquilos por sus niños.

La ciudad de Azogues, también conocida como San Francisco de Peleusí de Azogues, es considerada como la urbe más grande y poblada de la Provincia del Cañar, factores que implican que sus habitantes tengan nuevas exigencias de educación para sus hijos; por lo que se analizó que en la ciudad no existen áreas de entretenimiento de éste tipo y con beneficios que complementen el aprendizaje de los niños en edad comprendida entre dos y doce años, por ello que se realizó un análisis para determinar la factibilidad de implementar un centro de entretenimiento infantil que contará con una variedad de actividades

complementarias tanto en logística como en inspiración, diversión y aprendizaje con personal altamente calificado en las diferentes áreas, de tal manera que permitan a los niños crear experiencias con un alto grado de impacto.

En el presente trabajo de investigación se realizaron estudios que permitieron analizar una demanda insatisfecha en un mercado amplio y creciente con necesidades que no han sido consideradas por personas que desempeñan funciones vinculadas con niños. Además se obtuvieron importantes datos acerca de los gustos y preferencias del mercado objetivo comprendido por padres que tienen niños bajo su cuidado así como las características que brindarían una propuesta de valor para que el centro de entretenimiento infantil tenga la aceptación, participación y compromiso necesario en la población. El horizonte que se ha planteado para el proyecto será de diez años.

La inversión requerida depende del análisis desarrollado en base al personal operativo, administrativo, materia prima e infraestructura física y tecnológica, de tal manera que sea un centro de entretenimiento diferenciado por una propuesta de valor que genere satisfacción en los padres de familia y los niños. La investigación realizada consta de las siguientes partes:

El capítulo 1. Hace referencia a la presentación y descripción del proyecto, el mismo que consta de: introducción, objetivos generales y específicos.

El capítulo 2. Se detalla el marco teórico y conceptual, marco legal y el marco metodológico.

El capítulo 3. Se realiza un análisis de mercado para el centro de entretenimiento.

El capítulo 4. Consta del análisis técnico y organizacional del centro de entretenimiento infantil.

El capítulo 5. Hace referencia al estudio de viabilidad económica y financiera.

Finalmente tenemos las conclusiones y recomendaciones donde se exponen las ideas centrales que deberán ponerse en marcha para el fortalecimiento y éxito del mismo conjuntamente con la administración adecuada y la innovación que se implementará de acuerdo a los requerimientos del mercado objetivo.

CAPÍTULO 1

Generalidades del Proyecto

Antecedentes

Ecuador durante años ha venido trabajando en la implementación de centros de entretenimiento infantil en los diferentes cantones, considerando de vital importancia para el crecimiento y desarrollo del niño; incluso ha asumido el reto de la atención a la infancia como política de estado, lo que implica una promoción integral y holística del desarrollo infantil integral, utilizando estrategias y enfoques sectoriales e intersectoriales bajo visiones amplias y horizontales. Es por ello que todos en conjunto debemos trabajar por el bienestar de las niñas y niños y conseguir los mejores resultados, conscientes de que invertir en el desarrollo infantil integral significa transformar al país en el recurso más importante: el talento humano (MIESS, 2013).

Desde el año 2007 se han generado importantes procesos de reestructuración de los servicios vinculados a la atención a la infancia. En el último año, 2012-2013, la visión de los servicios de desarrollo infantil integral se ha fortalecido y roto con el asistencialismo que llegó a generar inmovilidad y victimización de las familias frente a los servicios sociales, siendo éstos considerados como una dádiva y no como un derecho.

La ciudad de Azogues, es una ciudad ecuatoriana, cabecera cantonal del Cantón Azogues y capital de la Provincia de Cañar, considerada como la cuadragésima segunda ciudad más poblada del país y uno de los principales núcleos de la zona debido a su constante desarrollo y ubicación geográfica. Es uno de los más importantes centros administrativos, económicos, financieros y comerciales de la provincia. Las actividades principales de la ciudad son el comercio, la agricultura, la ganadería, y la educación (WIKIPEDIA, 2019).

Azogues se compone por ocho parroquias rurales como Luis Cordero, Guapán, Javier Loyola, Cojitambo, San Miguel, Taday, Pindilig y Rivera y una parroquia urbana Azogues. Con una población de 70 mil habitantes aproximadamente, según datos recientes proporcionados por el INEC.

El Cantón Azogues es conocido por su hermoso Santuario de la Virgen de la Nube, el complejo arqueológico de Cojitambo, la catedral, el cerro abuga, etc. Y según el acuerdo Nro. 2829 del 31 de octubre del 2000, fue declarada como “Bien perteneciente al Patrimonio Cultural y Urbano del Ecuador”, por lo que es catalogada como un excelente destino turístico donde las personas pueden realizar turismo religioso, cultural y de aventura (MERCURIO, 2018).

La ciudad de Azogues durante los últimos años ha implementado centros de cuidado infantil, como guarderías, CNH, CIBV; pero en lo que se refiere a centros de entretenimiento infantil que brinden el servicio de entretenimiento en la ciudad de Azogues no existe dicha alternativa.

El nivel de vida de las Familias del Cantón Azogues es de nivel medio, lo que les permite a los padres poder darles a sus hijos lo mejor. Se ha podido observar durante los últimos años que las familias del Cantón Azogues para poder compartir y disfrutar con los pequeños, viajan a la ciudad de Cuenca donde cuentan con centros de recreación infantil con una gama de servicios: juegos inflables, patios de comida, salón de fiestas, etc. Por otra parte, cada vez los padres se encuentran preocupados por la educación de sus hijos, debido a que hoy en día los docentes no están enfocados en el aprendizaje del niño sino en cumplir su jornada, es por ello que los padres optan por pagar profesor particular a sus niños.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010), la población infantil de dos a doce años en el Cantón es de 16.805 niños considerando un mercado amplio para implementar el centro de entretenimiento infantil en dicha ciudad, considerando que el perfil económico del Cantón Azogues es muy rentable debido a que cuenta con 3189 establecimientos económicos, mismos que han permitido generar 326 millones de dólares de ingresos por ventas, razón por la cual la ciudad de Azogues cuenta con un sector económico en constante crecimiento (INEC, 2011).

Descripción de la situación actual del área de intervención del proyecto.

Localización y límites

Azogues se encuentra ubicado al sur del Ecuador en la zona austral en el callejón interandino en la vertiente del Atlántico, dentro de la cuenca del río Paute; y sus límites son los siguientes: por el Norte Alausí, por el Sur Cuenca y Paute, por el Este Sevilla de Oro y Paute, y por el Oeste Cañar, Biblián y Déleg.

El Cantón Azogues es la capital de la provincia del Cañar tiene una extensión territorial de aproximadamente 613Km². La cabecera cantonal tiene cuatro parroquias urbanas: Azogues, Bayas, Borrero y San Francisco; y ocho parroquias rurales como son Cojitambo, Guapán, Luis Cordero, Javier Loyola, Pindilig, Rivera, San Miguel y Taday.

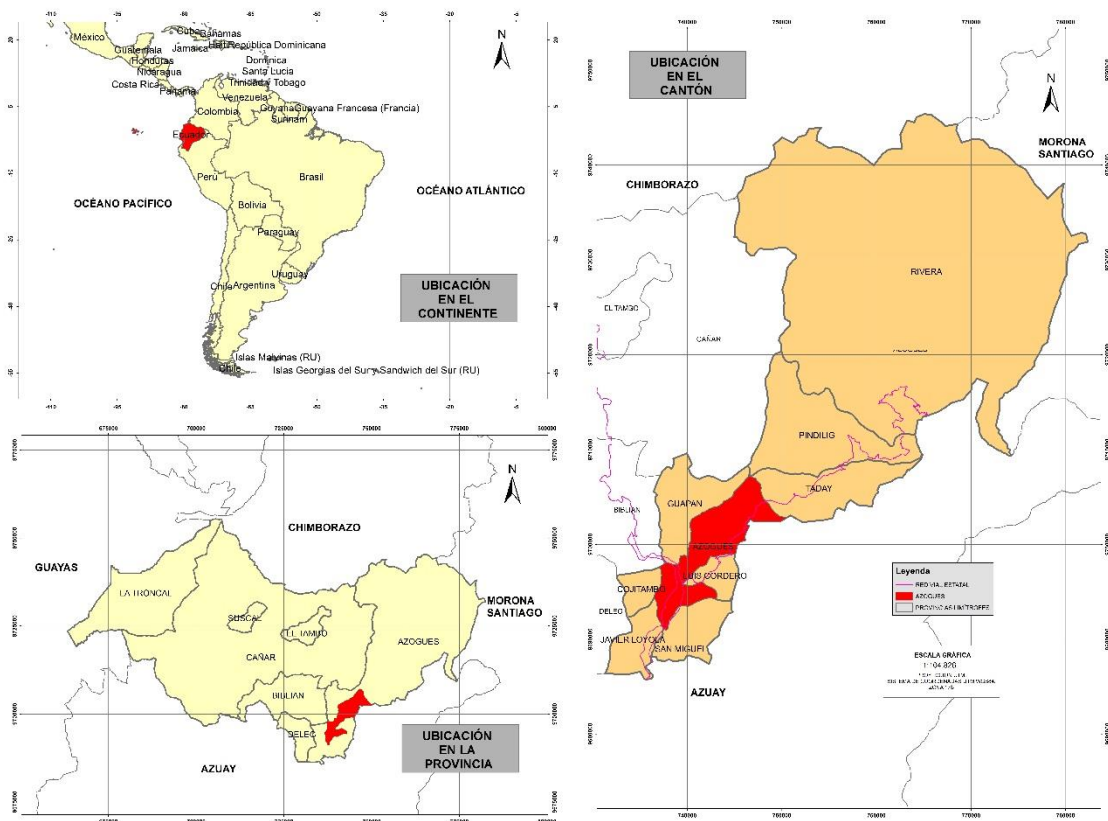


Figura 1. Mapa 1 Localización de la ciudad de Azogues, adaptado de "Localización y Límites", por Gobierno Autónomo Descentralizado del Cañar, 2019.

Áreas Protegidas

El Cantón se caracteriza por tener más del 60% de su territorio dentro de alguna figura legal de protección, así tenemos que dentro del Cantón se encuentra una parte importante del área del Parque Nacional Sangay – categoría del Sistema Nacional de Áreas Protegidas

(SNAP)-; también se cuenta con cuatro áreas de bosque y vegetación protectores como son: Dudas-Mazar (70), Cerro Rumicruz, Cubilán, Pichahuayco.

Recursos Naturales

AGUA. - El Cantón Azogues abarca una red hidrográfica principal de 303 Km aproximadamente, el río Burgay es uno de los más importantes afluentes de agua en el Cantón por ser el eje de distintos procesos ambientales, sociales y económicos. El río se caracteriza por cruzar la ciudad de Azogues, además de ser objeto de una importante acción antrópica, resultando la destrucción de sus márgenes y de su lecho natural, lo cual hace imprescindible realizar acciones para la protección del río. Existen otros ríos importantes en el Cantón, como el río Tabacay (uno de las principales fuentes de abastecimiento de agua de la ciudad de Azogues), los ríos Dudas y Mazar (importantes para la generación de hidroeléctrica actual y potencial) y otras fuentes importantes de recursos hídricos que servirán potencialmente para satisfacer los distintos usos de agua en el Cantón.

SUELO. - Regionalmente el Cantón Azogues se encuentra emplazado en la litología del Grupo Paute (Laramidico) conformada por rocas metamórficas de bajo grado. En la zona de estudio se ubican suelos que se caracterizan por derivarse de materiales piroclásticos, alofánicos, francos, con gran capacidad de retención de agua, con saturación de bases menor al 50% y densidad aparente superior a 0.85 g/cc. Estos suelos son muy negros en régimen frígido y mésico y negros en régimen térmico. La fertilidad de los suelos es mayor en las parroquias de Taday, Pindilig y Rivera.

Población

De acuerdo a los datos del último Censo de Población y Vivienda 2010, determina que la Provincia de Cañar, cuenta con 225.184 habitantes, de los cuales 70.064 habitan en el Cantón Azogues, que representan el 31,3% de la población total de la provincia, representado en la tabla #1:

Tabla 1

Población del Cantón Azogues

POBLACION DE AZOGUES
SEXO

AREA	Hombre	Mujer	Total	%
Urbana	15814	18034	33848	48%
Rural	16274	19942	36216	52%
Total	32088	37976	70064	100%
%	46%	54%	100%	

Nota: Adaptado de “Censo Poblacional”, por INEC, 2010.

Salud

La Tasa de Mortalidad en el Cantón Azogues se ubica en 498 fallecidos por cada 100.000 habitantes, o 4.98 por cada 1000 habitantes, siendo ligeramente más alta que la tasa de mortalidad nacional que es de 4 por cada 1000 habitantes. En efecto, en el año censal 2010, la tasa de mortalidad infantil del país bordeaba los 25,7 por mil y la probabilidad de muerte de infantes, cuyas madres residen en las zonas rurales, era 1,2 veces mayor, es decir, 29,7 por mil. En Azogues, la tasa de mortalidad infantil es de 27.26 por cada mil nacidos vivos, siendo relativamente más baja que la tasa nacional. Las enfermedades más frecuentes que padecen los habitantes del Cantón Azogues, están relacionadas a enfermedades respiratorias agudas, que se podrían vincular con la calidad del aire a nivel urbano, con alergias al clima frío, datos que ameritan un estudio a profundidad. Le siguen las enfermedades diarreicas agudas, que podrían tener relación a condiciones y servicios sanitarios, así como la calidad del agua. Según las normas de la Organización Panamericana de la Salud, la densidad baja corresponde a menos de 23 médicos por 10 000 habitantes; en Ecuador en el año 2011 existían 17,6 médicos por 10 000 habitantes. En Azogues, según los datos de la estadística de Recursos y Actividades de Salud 2012 (INEC), la tasa de médicos por cada 10.000 habitantes es de 27.76; por tanto, es superior a la Tasa nacional. El equipamiento de salud proporcionados por el Ministerio de Salud de la Provincia del Cañar, se determina que existe el siguiente equipamiento: Hospital Homero Castanier Crespo, Hospital del Día (IESS), Centro de Rehabilitación Integral Especializado (IESS), Centro de Salud Pública, Comunidad Terapéutica Municipal, Centro de Hemodiálisis, Clínica de Especialidades, Clínica San Martín, Clínica Santa Marianita, Clínica Humanitaria San José, Clínica.

Educación

La Dirección Provincial de Educación del Cantón Azogues, en los datos de estudiantes inscritos por categorías de establecimientos, los que presentan los siguientes resultados globales: existen 592 estudiantes en educación inicial; 7098 en educación básica y 6688 en

básica y bachillerato. En lo referente a la educación superior de tercer nivel, en la ciudad de Azogues existe la Universidad Católica sede Azogues cuenta con 1119 alumnos, 57% mujeres y 43% hombres, ofrece 20 carreras. Las preferencias de los estudiantes son por las carreras de: Medicina 23.5 %, Ciencias Jurídicas; Enfermería 8.67%; Psicología y Orientación Vocacional 5.81% y Educación Parvularia 5.18% principalmente.

En la ciudad de Azogues, la Dirección de Educación del Cañar registra los siguientes establecimientos de educación: María Montessori, Alonso Torres, Emilio Abad, San Francisco de Peleusí, de Azogues, Dieciséis de Abril, Cuatro de Noviembre, La Providencia, La Salle, Luis Rogerio González, Juan Bautista Vázquez, Luis Cordero. El 60 % de la población estudiantil están en tres de los doce establecimientos secundarios.

La población estudiantil de tercer nivel en el Cantón Azogues es de 1.840, que además por estar a 30 kilómetros de la ciudad de Cuenca se educan en ésta ciudad. En la ciudad de Azogues existe las siguientes universidades e institutos: la Universidad Católica de Cuenca sede Azogues, Universidad Nacional de Educación UNAE, Universidad Técnica Particular de Loja (Distancia), Universidad Santiago de Guayaquil (Distancia), Universidad Tecnológica Equinoccial. (Distancia), Instituto Andrés F. Córdova.

Migración

En la provincia del Cañar, los flujos de migración se vienen dando desde la década de los cincuenta, pero el proceso de migración se da fuertemente en la época de los Noventa, debido a la dura crisis que atravesó nuestro país, asimismo al encarecimiento de la canasta básica familiar y en otros casos a la carencia de empleo. En un inicio la migración era mayormente en los hombres, pero en la actualidad también la población femenina ha migrado ya sea por motivos de trabajo, estudios o para reunir a la familia, es así que el fenómeno de la migración afecta tanto a hombres como a mujeres. En el caso de las mujeres, cuando se quedan, asumen el rol de jefes de familia y el sustento de la economía familiar. Por otra parte, el tráfico humano, el ir y venir a y desde los EEUU y España lleva consigo una serie de costumbres que modifican las nuestras y la población adapta su vida a una nueva cultura. Las relaciones familiares ya no son de afecto y calidez sino de inyección de recursos para el consumo. El sector agrícola ganadero no está beneficiándose de las remesas, es el sector terciario, el comercio, la construcción y los servicios en las ciudades. Existen empresas que se dedican a la transferencia de las remesas. Es un gran negocio donde se encuentran los bancos (Banco

del Austro) y otras empresas que cobran alrededor de 10 y 27 dólares por cada 300 dólares. Entre estas empresas están: Delgado Travel, Western Unión (DHL), Money Gram, Mateo Express, entre otras.

Infraestructura Básica y Servicios Públicos

Para conocer como está servida la población de la ciudad de Azogues debemos analizar de manera integral, como están atendidas las necesidades básicas tales como: Agua potable, Alcantarillado sanitario y pluvial, Electricidad, Teléfonos, Internet y TV Cable. En términos generales los 3 principales servicios: agua potable, alcantarillado sanitario y energía eléctrica cubren a casi la totalidad de la población, en cuanto a la telefonía fija existe un alto índice de familias que no disponen del mismo. Al respecto y con el objetivo de mejorar el servicio de telefonía, se puede aprovechar la telefonía móvil. El servicio de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento Ambiental, está a cargo de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable Alcantarillado y Saneamiento Ambiental del Cantón Azogues EMAPAL EP, la Empresa Eléctrica Azogues es la encargada de dar este servicio a los cantones de Azogues y de Déleg en la provincia del Cañar, el servicio de la Telefonía está a cargo de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP y otras instituciones privadas. Para los Residuos Sólidos Urbanos se cuenta con el relleno sanitario de “Chapte-Toray” ubicado en la quebrada de Chapte en el límite de las parroquias Azogues, Cojitambo y Javier Loyola.

Sistema Vial

La ciudad de Azogues tiene un sistema arterial principal urbano como son la Autopista Cuenca-Azogues-Biblián, la Avenida Luis Monsalve Pozo, Avenida 16 de abril, la Avenida 24 de mayo; luego tenemos un sistema arterial secundario urbano, que son las vías que sirven de enlace entre la arteria principal con el resto de las vías de la ciudad; el siguiente es el sistema colector en esta categoría están las vías que sirven de enlace entre la arteria secundaria hacia las periferias o comunidades y con el resto de vías locales de la ciudad; y, por último tenemos el sistema de vías locales que son las vías que ofrecen un menor grado de movilidad.

Planteamiento del Problema

La ciudad de Azogues es conocida por sus atractivos turísticos y gastronómicos, además cuenta con una oferta amplia de bares, discotecas y restaurantes, no existen servicios

enfocados tanto a la recreación, entretenimiento y aprendizaje de los niños entre dos y doce años. Según la CAF (2016) afirma que: “La ausencia de dichos centros se da debido a factores que obedecen a la falta de concientización de las autoridades sobre la importancia de contar con centros de entretenimiento infantil que permitan compartir en familia momentos agradables, así como fortalecer el aprendizaje en los menores”. La cultura citadina ha evolucionado alejando a la ciudadanía a la costumbre de pasear por las áreas verdes naturales recibiendo los beneficios que ello conlleva; no contar con el conocimiento y empoderamiento apropiado sobre las bondades, fortalezas de dicha ciudad, dificultad en base a las costumbres de la ciudadanía para ingresar en la cultura un servicio nuevo que no existe, pero es necesario. Razón por la cual dichas circunstancias conllevan a desaprovechar las oportunidades que brinda el Cantón para la implementación de dichos centros; siendo fundamental contar con centros recreacionales que cumplan con la necesidad de descansar, jugar, aprender jugando, tomar conciencia practicando y experimentando de forma sistematizada.

Esta situación hace necesaria estudiar la factibilidad económica, administrativa, financiera de un centro de entretenimiento infantil en la ciudad de Azogues, que preste un servicio de calidad, el cual contará con el servicio de recreación, entretenimiento infantil como: juegos infantiles, áreas exclusivas para fiestas infantiles, patios de comida, etc. y aprendizaje del leguaje español, matemático y músico.

Formulación del Problema

¿Cuál es la factibilidad económica y financiera en la implementación de un centro de entretenimiento dirigido para niños de dos a doce años en la ciudad de Azogues provincia del Cañar?

Sistematización del problema

¿De qué modo afecta al desarrollo del marco teórico de la investigación no aplicar los métodos históricos y lógicos correctos como: análisis documental, testimonios, estudios bibliográficos y análisis documental?

¿Cuál ha sido el comportamiento de la demanda de centros infantil en los últimos años en la ciudad de Azogues?

¿Qué recursos se necesitarán para la implementación del centro de entretenimiento infantil?

¿Qué reglamentos y requerimientos se necesitan para la implementación del centro de entretenimiento infantil en la ciudad de Azogues?

¿Cuál será el nivel de rentabilidad que se obtendrá con la implementación de un centro de entretenimiento infantil en la ciudad de Azogues?

Justificación de la investigación

El juego constituye un elemento básico en la vida de un niño, debido a que no solo permite al menor divertirse sino resulta fundamental para su desarrollo integral, es por ello que se considera al juego como una actividad primordial para que los menores desarrollen la psicomotricidad, su fuerza física, la coordinación y el equilibrio. Además, el juego les proporciona oportunidades como: ser más expresivos, potenciar su creatividad, desarrollar su pensamiento, mejorar su comunicación, etc.

Por ello el juego es un recurso importante para mejorar el aprendizaje infantil; razón por la cual para que los niños puedan desarrollar dichas habilidades, es necesario contar con espacios adecuados para el juego social, activo, recreativo, imaginario; así mismo hoy en día los niños tienen muchas dificultades en las escuelitas en su aprendizaje diario, en especial con lenguaje español, matemático y músico, por lo que se hace indispensable reforzar los mismos, a través de nuevos métodos de enseñanza, considerando una de las alternativas más oportunas para el centro de entretenimiento infantil.

Es por ello que la presente investigación se realiza en la ciudad de Azogues debido a que no existe un centro de entretenimiento infantil que brinde el servicio de recreación y aprendizaje garantizado de calidad y seguridad, con personal calificado en las diferentes actividades, que permita a las familias disfrutar de un fin de semana ameno y agradable, contar con un lugar adecuado para que sus niños puedan disfrutar sanamente, realizar sus fiestas de cumpleaños, fortalecer el aprendizaje, motivo por el cual la ciudadanía debe trasladarse a la ciudad de Cuenca, corriendo riesgos innecesarios, por lo que se considera necesario la implementación de un centro de entretenimiento infantil en dicha ciudad, que beneficiara directamente a los niños de dos a doce años, sin embargo debido a la cercanía la

población infantil del Cantón Biblian comprendida en esa edad también se beneficiara del mismo, además aportara al crecimiento económico del Cantón Azogues a través de la generación de nuevas fuentes de trabajo.

El centro de entretenimiento infantil estaría diseñado para los niños cuya edad está comprendida entre los dos y doce años, lo cual garantiza un número importante de clientes potenciales. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010), en el Cantón Azogues viven alrededor de 16.805 niños menores entre dos y doce años, por lo que se estima que para el año 2020 se tendrá aproximadamente 21.617 niños en dicho grupo de edad.¹

Delimitación del tema

Delimitación espacial

El estudio se delimitará en el Cantón Azogues de la provincia del Cañar.

Delimitación temporal

Dentro del aspecto financiero, la presente investigación está proyectada para un horizonte de 10 años mismo que comenzara en el 2020 hasta el 2030.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Determinar la factibilidad de un centro de entretenimiento infantil dirigido a niños de dos a doce años en la ciudad de Azogues provincia del Cañar.

Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente la investigación.
- Elaborar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta actual de la propuesta.
- Diseñar administrativa y legalmente el centro de entretenimiento infantil.

¹ Para la proyección se utilizó tasa de crecimiento poblacional del Cantón que es del 2,55% (INEC 2010)

- Analizar financieramente la viabilidad del proyecto.

CAPÍTULO 2

Fundamentación Teórica y Conceptual

Para poder realizar el diseño metodológico de la investigación es importante abarcar toda la información documental, es decir hacer explícitas las bases teóricas y conceptuales, que nos ayuda a contar con el desarrollo sistemático y organizado del conjunto de ideas, teorías, conceptos y antecedentes que nos permitan sustentar el proyecto, para comprender la perspectiva o enfoque desde cual parte el investigador y a través del cual interpreta sus resultados. Por ende, contar con una buena fundamentación teórica y conceptual es primordial para comprender cuales son las características de todo aquello que rodea al objeto de investigación y a través de la etapa exploratoria y de diagnóstico, permitan realizar una correcta contextualización de la investigación, es decir de donde viene nuestro problema a estudiar y hacia donde se perfila.

Variables

Variables Dependientes

Creación del centro de entretenimiento infantil.

Variables Independientes

- Nivel de ingresos medios de las familias del Cantón Azogues.
- Cultura y hábitos por la recreación y entretenimiento infantil de las familias del Cantón Azogues
- Crecimiento de la población infantil.

Recopilación de la información

Fuentes primarias

La información primaria se obtendrá del resultado de la observación y las encuestas realizadas a la población de la ciudad de Azogues.

Fuentes secundarias

La información secundaria la obtuvimos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), que en sus archivos posee datos estadísticos reales por el censo de población que se realizó en el 2010, siendo esta información necesaria para determinar la población objeto de nuestro estudio, libros, revistas, folletos, informes, tesis y páginas web.

Marco Teórico

Hospitalidad y recreación

Resulta fundamental tener claro que el término hospitalidad no hace referencia únicamente a “alojamiento y alimentación” como tradicionalmente se lo ha relacionado, la hospitalidad debe dimensionarse hacia otras actividades de servicios complementarios, como son los lugares de recreación y entretenimiento, medios de transporte interno, las agencias de viaje, las casas culturales e históricas, entre otros.

Según Jiménez (2012) afirma que: “La Hospitalidad es un aspecto fundamental para el éxito de todo destino recreativo o turístico, por lo que debe ser considerada como un valor humano que en esencia significa abrir el corazón al visitante, siendo afables, atentos y entusiastas”.

La recreación hace referencia básicamente a la libertad del ser humano de poder expresar sus sentimientos, emociones a través diversas actividades como son: los juegos, la actividad física, las artes escénicas, pintura, todas ellas permiten que surja el verdadero yo, generando una comunicación más apropiada además de liberar procesos creativo-genéricos que ayudan al desarrollo integral, brinda la facilidad de ser partícipes de estados placenteros, fomentando así desarrollo personal y mejoramiento de la calidad de vida.

Para Rodríguez (2012) la recreación se da “normalmente a través de la generación de espacios en los que los individuos pueden participar libremente de acuerdo a sus intereses y preferencias” (p. 2). Sin lugar a duda, la noción básica de una situación de recreación es la de permitir a cada uno encontrar lo que más placer le genera, pudiendo por tanto sentirse cómodo y haciendo entonces lo mejor de la experiencia.

Centro de entretenimientos para niños.

Un centro de entretenimiento y formación ofrece a los más pequeños un ambiente agradable, humano y familiar, cuenta con una gama de actividades tanto lúdicas como recreativas que genera en los niños múltiples beneficios y destrezas como incremento de autoestima, desarrollo de creatividad, agilidad mental, diversión entre otros.

Complementario a la esencia del centro de entretenimiento también es considerado como un lugar de encuentro para compartir en familia, fiestas de cumpleaños, eventos sociales y ser un apoyo en el aprendizaje de los niños. Además de la variedad de actividades que dispone, el centro ofrecerá servicios adicionales como patio de comida, estacionamiento amplio y seguro, concesiones y baños, todo acorde a normas de regulación que permitirán considerarlo un lugar acogedor y cálido (Plan de Negocios, s.f, págs. 7-8).

Su diseño debe incluir niveles de calidad, confort y servicios, que generen en los clientes la satisfacción que ellos desean y puedan disfrutar de la estadía en el local. Es de vital importancia la seguridad y profesionalismo que ofrezca el centro, por ello se requiere de personal altamente calificado y con experiencia para proyectar espacios seguros y atractivos para los padres de familia y los niños.

Es menester que estos tipos de negocios cuenten con un adecuado diseño de ambiente para la familia y el niño, generando una propuesta de valor diferenciada en el mercado actual, lo cual permitirá fidelizar al cliente, conjuntamente con planes de promoción y activación de marca que permitirá mantener en constante innovación el centro de entretenimiento y formación y de esta manera los clientes visitaran periódicamente las instalaciones, por ende se garantiza la rentabilidad del negocio a largo plazo. El entorno físico del centro debe ir acompañado de un diseño atractivo y funcional que guarde relación con el equipamiento y mobiliario requerido de esta manera la logística implementada tendrá un impacto positivo que complemente la diversión de los niños, el aprendizaje y el comportamiento adecuado.

Los niños de acuerdo a su edad tienen diferentes requerimientos e intereses, por lo que es indispensable que el centro cuente con actividades que sean planificadas acorde a cada rango de edades, sin dejar a un lado las necesidades y expectativas de los padres de familia.

Tipos de centros de entretenimiento para niños.

Los centros de entretenimiento y formación para niños se pueden clasificar de la siguiente manera:

- **Centro de entretenimiento “Fun & Coffee”.** - Incluyen áreas abiertas con juegos de montar, piscinas de pelotas inflables, paredes de escalada horizontal, sesiones de juegos creativos, restaurantes de comida y salas de fiesta. Considerado también como un centro de entretenimiento educativo para niños de tamaño reducido, con actividades de juegos infantiles
- **Centros inflables.** - Brindan una variedad de juegos inflables como trampolines, toboganes en áreas abiertas o al aire libre, también ofrecen servicio de salones de fiestas y patio de comida rápida.
- **Centros de aventuras para niños.** - Infraestructura que se a línea a la diversión en deportes extremos y de aventura, ideal para los niños amantes de las emociones fuertes. Brindan actividades desafiantes como: parapente, canopy, rocódromos, toboganes, puentes de cuerda, etc.
- **Centros de entretenimiento enfocado en clases.** - Básicamente orientados a brindar clases de: pintura, dibujo, actuación, modelaje, maquillaje deportes o cocina, mismos que se encuentran localizados en diferentes centros de las ciudades.
- **Centros de actividades infantiles.** - Generalmente se enfocan en ayudar a los niños a desarrollar sus habilidades, como las artes marciales, la danza, la música, la natación y el patinaje.
- **Centros de Juegos de rol para niños.** - Fomenta la creatividad y el trabajo en equipo, estos juegos forman parte de los centros infantiles. (Saltos, 1989, págs. 9-10)

Tipos de centros de formación para niños.

- **Centros de apoyo en tareas.** Es un aula enfocada especialmente en ayudar a los niños con la realización de sus tareas y actividades escolares en un ambiente agradable y con personal calificado que les permita asesorar en cada una de las tareas enviadas por sus maestros.
- **Centros de educación emocional.** La educación emocional en los pequeños es el pilar para toda enseñanza. Por lo que es fundamental que la misma esté presente en la crianza infantil tanto en las escuelas como en las familias. Está dirigido especialmente en motivar a los niños, capacitarles para que estén aptos de identificar, expresar y regular sus emociones; propiciando que los niños amplíen su desarrollo psico-afectivo. (Mindic, s.f)
- **Centros de educación física.** Se especializan en la formación física de los niños mediante actividades que permiten mejorar sus aptitudes deportivas.
- **Centro de desarrollo infantil.** Contribuyen especialmente al desarrollo inicial, de las niñas y niños, se realiza actividades lúdicas y recreativas en compañía del educador, promoviendo sus habilidades, capacidades y destrezas. Las actividades que se desarrollan están orientadas para cada etapa de crecimiento o diferentes rangos de edad, que les permite desarrollar su motricidad gruesa o expresión corporal y motricidad fina y el lenguaje. (MIESS, 2018)

Ventajas del edu-entretenimiento en los centros de recreación y formación infantil.

Olave (como se citó en Mondo Joven, 2016) piensa que hoy en día el edu-entretenimiento es una nueva técnica bastante utilizada por los docentes en diferentes centros de entretenimiento, educativos, infantiles, que le permite al niño educarse y divertirse a la vez, es decir aprender de manera entretenida. Es una nueva estrategia que combina dos aspectos fundamentales como son la educación y el entretenimiento, de esta manera logra mejorar su comprensión y habilidad para el aprendizaje.

Mientras el niño disponga de más oportunidades para disfrutar del libre albedrío del juego en todas sus etapas, más sólido será su desarrollo. Zapata (2015) afirma: “El juego representa un aspecto esencial en el desarrollo del infante en cuanto a que está ligado al desarrollo del

conocimiento de la efectividad, motricidad y de la socialización del niño” (p.15). Es importante que el niño disponga de libertad para el juego tomando sus propias decisiones que le permitan desarrollar su imaginación.

Al analizar la importancia del juego en el aprendizaje y desarrollo encontramos que: “juego, aprendizaje y desarrollo constituyen una unidad indisociable, siendo fuente de aprendizaje, porque estimula la acción, reflexión y expresión por parte de los niños y niñas” (Cañizares y Carbonero, 2017, p.7).

Marco Conceptual

Estudio de mercado

El estudio de mercado se podría definir como un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e interpretación de información acerca de los clientes, competidores y del mercado. Es decir, este estudio de mercado podría ser utilizado para determinar qué porción de la población comprará un producto o servicio, basado en variables como el género, la ubicación, la edad y el nivel de ingresos. (Merca, 2015)

Según el Instituto Nacional del Emprendedor (2016), señala que: Un estudio de mercado bien elaborado nos permite determinar la cantidad de demandantes o consumidores que tendrá el producto o servicio que se pretende ofertar o vender, el precio que están dispuestos a pagar dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del producto o servicios corresponden a los gustos y preferencias del consumidor. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Ferré (1997) afirma: “la investigación de mercados constituye una herramienta de ayuda en la toma de decisiones, que en un principio, ha de ser muy difícil de estereotipar cuales son las necesidades básicas de información” (p.25).

Importancia del estudio de mercado

- Es un recurso fundamental y de suma importancia para el éxito de tu proyecto empresarial, en la medida en que te permitirá comprender y analizar el mercado objetivo en el que vas a localizar tu actividad.

- Ofrece una visión actualizada de tu sector de actividad, es decir, cuál ha sido su evolución en los últimos años, la situación actual y las perspectivas de futuro.
- Puede ser determinante a la hora de identificar una oportunidad de negocio o, por el contrario, identificar alternativas en caso de que tu proyecto inicial no sea viable.
- Permite una evaluación y supervisión del funcionamiento de tu empresa. La investigación de mercados no solo es útil al momento de querer emprender tu negocio, también te puede servir para evaluar los resultados y logros de tus esfuerzos. Te indica si debes continuar, cambiar o cancelar tu plan de negocio, si el producto vendido es adecuado o si la nueva gama que planeas comercializar tiene cabida en el mercado. Además, te brinda grandes aportes de información sobre la acogida de una nueva campaña de publicidad y sobre nuevas modificaciones que podrían ser exitosas (Big Galicia, 2010, p.8).
- Nos permite determinar las características, gustos, preferencias de los clientes actuales y potenciales, así como la ubicación idónea para el éxito del negocio, puesta en marcha, mejora de un producto ya existente, el lanzamiento de otro nuevo, o la expansión a otros mercados (Economía simple, 2016).

Tipos de estudio de mercado

- **Lanzamiento de una nueva línea de actividad.** Este tipo de estudio es de vital importancia cuando nuestro objetivo es conocer el grado de aceptación de la población de un producto o servicio determinado, para poder determinar la oferta con las exigencias que requiere el mercado.
- **Entrada en un nuevo mercado.** Se aplica cuando una empresa desea expandir su negocio bien sea a nivel nacional o internacional. Para que la empresa pueda adaptarse a las diferencias políticas, económicas, sociales y religiosas, deberá tener bien definido y analizado su mercado objetivo.
- **Evaluación de las causas del descenso de ventas en la empresa.** En caso de que la empresa enfrente situaciones financieras conflictivas, deberán analizar las causas que originaron el problema y una vez identificadas las mismas tomar las decisiones más acertadas para el bien del negocio.

- **Impacto de una campaña publicitaria.** Cuando una empresa emplea demasiada inversión en publicidad es necesario que se realice un estudio para medir el impacto que están generando o pretende generar.
- **Modificación de un producto.** Cada vez las empresas son más competitivas entre sí, lo que les obliga a desarrollar productos innovadores, servicios garantizados, o a mejorarlos para lograr la satisfacción y fidelización del cliente con la empresa; por lo que es indispensable conocer las necesidades cambiantes de los clientes para afrontar de mejor forma la competencia. (CEEI, 2010)

Oferta y demanda

La oferta y demanda son consideradas los conceptos más importantes dentro de la rama de la economía. González (2018) afirma. “la oferta y demanda son vitales en el mundo actual, ya que ambas interactúan para **fixar precios de bienes y servicios**. Por eso los gobiernos intervienen según sus necesidades”.

El mercado se rige por la oferta y la demanda. La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir en el mercado. La oferta es la cantidad de bienes o servicios que pueden venderse a un precio determinado en un momento dado. De la relación existente entre la oferta y la demanda surge el precio de un producto o servicio. Esto significa que si hay una gran demanda de un producto y pocas ofertas el precio tiende a subir, pero si hay mucha oferta de un producto el precio del mismo tiende a bajar. Este mecanismo es conocido como la ley de la oferta y la demanda. (Navarro, s.f)

Producto Servicios

Hay que tener claro que producto no es lo mismo que servicios. “Un producto es algo que puedes percibir con tus sentidos: lo ves, lo tocas, lo hueles y, en algunos casos, hasta lo oyes o lo degustas. En cambio, un servicio no lo puedes percibir” (Obeso, 2017). Por lo tanto, los productos y servicios son bienes que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer un gusto o necesidad al consumidor, lo que les diferencia es su tangibilidad.

Precio

“El precio es el valor en dinero en que se estima el costo de algo, un producto, bien o servicio. Suele medirse por unidades monetarias, las cuales se les ha asignado un valor específico que varía de país en país” (Saltos, 2015).

Segmentación

Hill, Jones y Rodríguez (como se citó en Saltos, 2015) define la segmentación de mercado como la forma en la que las empresas agrupan sus clientes en base a sus necesidades, gustos y preferencias, con la finalidad de obtener una ventaja competitiva. Es por ello que la segmentación se considera como el proceso o la acción de dividir o fragmentar un mercado en secciones particulares, con características o comportamientos similares, resultando sumamente importante para una investigación de mercado exitosa.

La segmentación de mercado constituye un intento, por parte de la empresa, de incrementar la precisión en el marketing. El punto de vista de discusión sobre cualquier segmentación debe ser marketing masivo: el vendedor se centra en la producción, distribución y promoción masiva de un producto para todos los compradores. Por tal razón la segmentación es un grupo amplio e identificable dentro de un determinado mercado. (Baca, 2010)

Existen 4 tipos de segmentaciones que me permitirán a una determinada empresa o negocio dividir el mercado en grupo homogéneos: Estas son:

- **Segmentación demográfica.** - Es uno de los enfoques más habituales al momento de segmentar tu público. Es importante tener presente que mientras más delimitado este el segmento más accesible será llegar hacia mis clientes potenciales. La segmentación se puede realizar en base a una serie de variables dependiendo del tipo de proyecto que se vaya a implementar, estas son: la edad, el género, los ingresos, profesión, estatus socioeconómico y el ciclo de vida de la familia, entre otras variables.
- **Segmentación de Ingresos.** - Básicamente mediante esta técnica de segmentación se divide al mercado en diferentes grupos de acuerdo a su nivel de ingresos. En el mundo las marcas de entorno competitivo de hoy en día se desarrollan y se colocan dentro de los segmentos de ingresos particulares con el fin de maximizar el volumen de negocios en particular.

- **Segmentación geográfica.** - Hace énfasis al espacio físico y el entorno en el que se desarrolla tu segmento. Las empresas utilizan la segmentación geográfica, porque los consumidores en diferentes áreas pueden mostrar ciertas características y comportamientos en esa región en particular.
- **Segmentación Psicográfica:** Una de las principales técnicas de segmentación utilizada. Hay que considerar que cada persona es un mundo diferente, lo cierto es que solo pocas de esas personas están dentro de tu público objetivo, por lo que es necesario tener la idea clara del objetivo planteado y así resultará más fácil llegar a las personas indicadas. Se pueden analizar algunas variables como son: personalidad, estilo de vida y costumbres. (Baca, 2010)

Estudio Técnico

Definición del Estudio Técnico

Hamilton y Pezo (2005) afirman que el análisis técnico tiene como objetivo fundamental proporcionar información para determinar el monto de las inversiones y los costos de operación en que se incurrirá. Es decir, comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento, operatividad del proyecto. Permite determinar la viabilidad del mismo, a través de la mejor alternativa para abastecer al mercado. En este estudio se definirán los procesos operativos, con sus respectivas características y especificaciones técnicas que nos facilitarán la determinación de las necesidades de recursos humanos, materiales, de tecnología y de capital; así como dimensionar el espacio físico que permitirá a la empresa poder cumplir con sus operaciones normales. Toda esta información será relevante al momento de determinar si el proyecto es viable de implementarse.

“En síntesis, el objetivo del estudio técnico es llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado” (Sapag, 2008, p.96).

Importancia del Estudio Técnico

Murcia, Piraquive y Duarte (como se citó en Arango, 2014) asegura que formular un proyecto significa definir y trabajar una serie de variables relacionadas directa o indirectamente con los ingresos y egresos asociados a éste durante su ciclo de vida. Con relación a la viabilidad de éste, un proyecto puede y debe ser viable desde diversas perspectivas: desde el punto de vista comercial, administrativo, jurídico, financiero, ambiental y desde un punto de vista técnico. Cada una de estas viabilidades permiten que el proyecto resulte atractivo a los inversionistas y por ende es rentable en todos los aspectos evaluados.

Componentes del Estudio Técnico

Según Baca (2010) el estudio técnico de un proyecto de inversión consta de los siguientes componentes:

- **Localización del proyecto.** El estudio de la localización permite determinar, identificar y analizar las diferentes variables para una localización óptima que me genere o produzca la máxima ganancia o rentabilidad al costo unitario mínimo a través de una adecuada organización humana y jurídica. Este análisis se puede realizar en base a dos etapas que son la macrolocalización² y microlocalización³.
- **Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto.** Hace referencia a la capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales⁴ o con la máxima rentabilidad económica. La optimización del proyecto se logrará cuando se cuente maquinaria, herramientas y mano de obra especializada, que requiera el proyecto.
- **Ingeniería del proyecto.** El objetivo general del estudio de la ingeniería del proyecto tiene como propósito determinar todo lo concerniente a instalación y funcionamiento de la planta, desde la descripción detallada del proceso, adquisición de los equipos y maquinarias, la distribución óptima, la estructura

² Ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible.

³ Cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios.

⁴ El costo total es la suma de los costos fijos (sueldos y salarios de alquiler) y los costos variables (materias primas, materiales, suministros)

jurídica y de organización que tendrá la empresa. En resumen, está dirigida a todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento del negocio para el éxito del mismo.

•**Organización humana y jurídica del proyecto.** Es indispensable estructurar o elaborar un organigrama donde se muestren los diferentes departamentos y la jerarquía de los mismos. Se establecerán los requerimientos legales, fiscales, civiles, ambientales, sociales, laborales y municipales necesarios para el funcionamiento y puesta en marcha del negocio. (Baca, 2010)

Evaluación Financiera

El estudio de evaluación financiera es fundamental a la hora de analizar y evaluar la rentabilidad de un determinado proyecto o negocio, a través de la comparación de los ingresos que genere frente a los gastos en los que se incurrirá, siempre teniendo en consideración el costo de oportunidad. Por lo tanto, resulta útil para el inversor que está interesado en la financiación, como para el empresario que posee el proyecto considerar si es viable o rentable de implementarse.

Según Miranda (2005), la evaluación financiera supone dos grandes pasos:

La identificación del flujo de fondos con base a la magnitud y cronología de los ingresos y egresos, basado en los aspectos económicos, técnicos, administrativos e institucionales, políticos y ambientales del estudio de pre-inversión y la aplicación de criterios de evaluación conducentes a establecer la bondad del proyecto y la posibilidad de comparar su rentabilidad con otras alternativas (Miranda, 2005, p. 5).

Flujo de Fondos

Los flujos de fondos son un reporte que nos muestra las entradas y salida de efectivo de una empresa u organización durante un periodo de tiempo determinado. Brinda información necesaria para evaluar a la empresa en el corto plazo además permite conocer la rentabilidad de la empresa y la necesidad de fondos de la misma. Es por ello que la proyección del flujo de caja es uno de los factores más importantes del estudio del proyecto debido a que la evaluación se realizara sobre los resultados que en ella se determinen. Hay que tener presente que para poder proyectar el flujo de fondos se deberá agregar información relacionada con

la depreciación, efectos tributarios, amortización, valor residual, utilidades y pérdidas. (Sapag, 2008)

Valor Actual Neto (VAN)

Según Ramírez (2008), el Valor Actual Neto es un método que consiste en:

Traer todos los flujos positivos de efectivos (o negativos, según sea el caso) a valor presente, a una tasa de interés dada (la mínima tasa a la que se descuenten dichos flujos deben ser la del costo de capital) y compararlos con el monto de la inversión. Si el resultado es positivo, la inversión es provechosa; si es negativo, no conviene llevar a cabo el proyecto (Ramírez, 2008, p. 398).

El Valor Actual Neto (VAN) es un procedimiento que se utiliza para obtener el valor presente de una inversión por la suma descontada de los flujos de efectivo recibidos del proyecto. Su fórmula se presenta a continuación:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+i)^t}$$

El valor actual neto (VAN) también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto se utiliza para determinar si un proyecto es viable y factible de implementarse o ejecutarse. Por lo general si el resultado del VAN es un valor positivo esto indica que el proyecto crea valor y por ende beneficiará a los accionistas de la empresa.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es aquella tasa de interés o rentabilidad que nos permite determinar si es viable invertir en un determinado negocio, siempre considerando opciones de menor riesgo. Mediante la tasa interna de retorno los valores actuales netos de todos los flujos de efectivo se igualan a cero.

Según Ramírez (2008), en la tasa interna de retorno se descuentan:

Los flujos positivos de efectivo, de tal manera que su valor actual sea igual a la inversión. La tasa obtenida significa el rendimiento de la inversión tomando en consideración que el dinero tiene un costo a través del tiempo. Este rendimiento se debe comparar con el costo de capital de la empresa (Ramírez, 2008, p. 398).

La TIR básicamente se utiliza para evaluar el atractivo de un proyecto o la inversión. Si la TIR para un nuevo proyecto es mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento de una empresa se debe invertir en el proyecto planteado. Por otro lado, si la TIR es menor a la tasa de mínima aceptable de rendimiento, el proyecto debe ser rechazado. Para el calcular la TIR se aplica la siguiente fórmula

$$TIR = i_0 = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+i)^n}$$

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio hace referencia al nivel de ventas donde tanto los costos fijos y variables se encuentra cubiertos, es decir no existe ni pérdida ni ganancia. El método del margen de contribución ponderado tiene como propósito calcular un punto de equilibrio general, a partir de la participación en ventas de cada uno de los productos que produce la empresa. (Pére, 2009, p.6)

Para tal efecto se deben considerar los siguientes pasos:

- Evaluar los porcentajes de participación de cada línea de producto, ventas presupuestadas.

$$\text{Ventas totales: (Ventas A) + (Ventas B) + (Ventas C) + (Ventas D)}$$

$$\text{Tasa de Participación de A= (Ventas A) / (Ventas totales)}$$

- Calcular el margen de contribución ponderado, sea Margen de Contribución Unitario (MCU).
- Margen de Contribución Ponderado de A= (MCU de A) * (Tasa de Participación de A)

- El punto de equilibrio general se calcula con la siguiente formula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = (\text{Costos Fijos Totales}) / (\text{Margen de Contribución Ponderado Total}). \text{ (Pere, 2009)}$$

Marco Legal

Constitución del Ecuador

La investigación se sustenta en el artículo 45 de la Constitución del Ecuador que expresa:

Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la integridad física y psíquica; a su identidad, nombre y ciudadanía; a la salud integral y nutrición; a la educación y cultura, al deporte y recreación; a la seguridad social; a tener una familia y disfrutar de la convivencia familiar y comunitaria; a la participación social; al respeto de su libertad y dignidad; a ser consultados en los asuntos que les afecten; a educarse de manera prioritaria en su idioma y en los contextos culturales propios de sus pueblos y nacionalidades; y a recibir información acerca de sus progenitores o familiares ausentes, salvo que fuera perjudicial para su bienestar (Constitución del Ecuador, 2008).

Requisitos Ministerio de Inclusión Económica y Social

Requisitos para el permiso de funcionamiento emitido por el Ministerio de Inclusión Económica y Social si el centro está dirigido a menores de 3 años.

- **Solicitud de autorización** de funcionamiento.
- **Plan de Reducción de Riesgos**, en el que consten las acciones para enfrentar situaciones de emergencia o desastre.
- **Copia del título o escritura pública** que avale el tipo de vinculación que se tiene con el inmueble en el que se ofertará el servicio institucionalizado de desarrollo integral para la primera infancia (propiedad, comodato, usufructo, etc.), o copia autenticada ante Notario del contrato de arrendamiento, debidamente registrado.

- **Proyecto de creación de la institución** en el formato publicado en la página web del MIES o del MINEDUC. En caso de poseer un **Proyecto Educativo Institucional -PEI-**, este podrá reemplazar al proyecto de creación.
- **Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)** del representante legal o propietario.
- **Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación** del representante legal o propietario. En el caso de extranjeros, se deberá presentar una copia del registro en el Censo.
- **Copia notariada de los estatutos** del establecimiento u organizaciones de la sociedad civil.
- **Convenios con médicos o centro de salud, y psicológicos especializados** (en caso de no poseer dicho personal en la institución). En el caso del MIES se puede tomar como referencia el Registro Oficial N° 308, mediante el Acuerdo Interministerial para expedir el Reglamento para la Regulación y Control de Proveedores de alimentos con los Centros Infantiles del Buen Vivir.
- **Reporte del IESS con los aportes del empleador (mecanizado del IESS)**, a fin de demostrar la relación laboral del personal de las instituciones. Estos documentos deberán presentarse en un plazo máximo de 90 días calendario, después de la emisión de la autorización de funcionamiento provisional.
- **Los representantes legales o propietarios de instituciones educativas** deberán presentar una declaración juramentada de no hallarse inmersos en las prohibiciones señaladas en el artículo 93 del Reglamento de la Ley Orgánica de Educación Intercultural y de no estar inmerso en un proceso administrativo en el MINEDUC o el MIES, relacionado a sanciones producidas en la prestación de un servicio de desarrollo integral infantil.
- **Requisitos contenidos en la normativa vigente** para la regulación de costo de matrícula y pensión del MINEDUC.
- **Estudio económico financiero** que demuestre que el servicio es viable y sostenible. (GOB.EC, 2018)

Requisitos Municipio de Azogues

Según la información proporcionada por la Ilustre Municipalidad de la ciudad de Azogues (2019) los requisitos para el funcionamiento de parques temáticos, turísticos etc. son los siguientes:

- Copia certificada de la Escritura de Constitución.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil.
- Copia del registro único de contribuyente (RUC)
- Copia de la cédula de identidad
- Copia de la última papeleta de votación
- Copia del contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial
- Fotocopia de escrituras de propiedad, y del recibo de pago del impuesto predial al día o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado en un juzgado.
- Copia de la Patente Municipal (Rentas Ventanilla N° 1. Requisitos: Copia de la Cédula de Ciudadanía, Copia del último certificado de Votación, Planilla de algún Servicio Básico).
- Copia del Certificado Ambiental
- Copia de permiso del Cuerpo de Bomberos
- Copia del certificado de Salud.

Marco Metodológico

Tipo de Estudio

El presente trabajo se basa en la investigación evaluativa, misma que a través de los diferentes objetivos específicos planteados se pretende determinar la viabilidad económica y financiera de la implementación del centro de entretenimiento y formación para niños en la ciudad de Azogues, por lo que es necesario desarrollar la matriz metodológica para cada uno de los objetivos de investigación como se muestra a en el anexo 1 (Matriz metodológica).

Según la naturaleza de los datos tienen una orientación o enfoque cuantitativo debido a que se realizó la recolección de los datos objeto de estudio, para poder verificar la hipótesis planteada por medio de preguntas relacionadas con la problemática y así medimos la información a través de una técnica estadística.

Además, la investigación se caracterizó por ser “no experimental”, puesto que no se manipularán deliberadamente las variables; fue del tipo mixto, debido a que se utilizarán técnicas de recopilación documentales y de campo; de tipo cuantitativo y cualitativo; y de tipo transversal porque los datos serán recopilados en un determinado momento, pese a que los resultados obtenidos sirvieron para el análisis del proyecto en distintas etapas de tiempo futuras.

El tipo de investigación es aplicada, por el interés que representa medir la información empírica enfocada en el problema que existe en torno a la necesidad del estudio de factibilidad para la implementación de un Centro de entretenimiento infantil en la Ciudad de Azogues Provincia del Cañar.

Según su objetivo es descriptivo, puesto que la información sustentada, describe las características demográficas, preferencias de consumo y la aceptación del servicio a ofrecer.

Por último, se manejó las técnicas de recolección de datos como la observación y las encuestas. Para obtener una precisión estadística más elevada se utilizó el muestreo aleatorio estratificado para la recolección de información, misma que fue sometido a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico.

Definición del Objeto de estudio

El contexto al cual rige la investigación se encuentra la realidad que vive la población del Cantón Azogues al no contar con un centro de entretenimiento infantil, por lo tanto, la finalidad de la investigación es determinar la factibilidad financiera para la implementación del centro de entretenimiento en dicho Cantón. Con ello buscamos desarrollar una metodología según el objetivo planteada en la tesis.

Operacionalización de las Variables

El contar con un adecuado sistema de variables es de suma importancia para el correcto desarrollo del proceso de investigación debido a que facilita todo un diseño, desarrollo y posterior análisis estadístico de los resultados.

- Nivel de ingresos medios de las familias del Cantón Azogues.
- Cultura y hábitos por la recreación infantil de las familias del Cantón Azogues
- Crecimiento de la población infantil.

Tabla 2

Operacionalización de las variables.

Variables independientes	Definición	Definición real	Dimensión	Indicador	Medida
Nivel socioeconómico medio de las familias del Cantón Azogues	Básicamente se refiere al análisis socioeconómico de la zona en que se desea implementar el centro de entretenimiento infantil.	Es un análisis de la situación económica de la zona en la que la empresa o inversionista desarrolla su actividad productiva o vende su producción.	Accesibilidad Geográfica Accesibilidad económica	Tiempo medido en horas y minutos que tardan los ciudadanos del Cantón Azogues al centro de entretenimiento infantil. Posibilidades económicas para cubrir los gastos. Ingresos mensuales, tipo de trabajo.	Necesidades
Cultura y hábitos por la recreación infantil en las familias del Cantón Azogues.	Hace referencia a las costumbres y el amor de las familias de la ciudad de azogues por la recreación infantil.	Satisface necesidades humanas básicas de jugar, relacionarse, disfrutar, contribuyendo al desarrollo humano integral.	Accesibilidad Geográfica	Informes, indicadores organizacionales establecidos.	Necesidades

Crecimiento de la población infantil del Cantón Azogues.	Se refiere a una tasa de crecimiento infantil constante en las familias del Cantón Azogues, beneficiando la implementación del proyecto.	De acuerdo con las proyecciones poblacionales, en Ecuador existen 4'333.264 niños y niñas de entre 0 y 12 años.	Medios y procedimientos Oportunidad del resultado Análisis e interpretación	Tiempo Recursos Oportunidad; muy oportunos, oportunos, lo normal, importunos, muy importunos. Tiempo- Recursos.	Resultados positivos de la tasa de crecimiento infantil.
---	--	---	---	---	--

Nota: Adaptado de “Plan de Ordenamiento Territorial”, por Gobierno Autónomo descentralizado del Cañar, 2019.

Tipo de la muestra

Existen dos tipos de muestras estadísticas entre ellas hemos encontrado:

- Probabilísticas
- No probabilísticas

Probabilística: Aquí todas las unidades de análisis pueden tener la probabilidad de pertenecer a la muestra de la investigación ya que se hace una selección al azar.

No Probabilísticas: Las unidades a analizar van a depender de las características y criterios personales que el investigador este buscando.

Nuestra investigación ha tomado una muestra probabilística.

Definición de la población y tamaño de la muestra

La población que se considerara para la implementación del centro de entretenimiento infantil serán las familias del Cantón Azogues, con niños comprendido en la edad de 2 a 12 años. Razón por la cual al no contar con datos que identifiquen que familias tienen niños de esa edad, se considera una población finita, por lo que se utiliza la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra.

Cálculo del tamaño de la muestra desconociendo el tamaño de la población.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza (1,96)

P= Probabilidad a favor (0,5)

Q= Probabilidad en contra (0,5)

i= Error muestral 5 % (0,05)

Una vez realizando el reemplazo de la formula se considera que se debe aplicar las encuestas a 384 familias de la ciudad de Azogues Provincia del Cañar.

Técnicas e Instrumentos

- **La encuesta:** Es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se les realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. La misma que está basada en un cuestionario de 10 preguntas.
- **Levantamiento de información:** El levantamiento de información se realizó en base a las encuestas realizadas a las familias del Cantón Azogues, mismas que participaron de forma activa y con compromiso para lograr los objetivos propuestos.
- **Procesamiento de los datos** Una vez realizado la investigación de campo (encuestas), se procedió a tabular la información recolectada y realizar los gráficos correspondientes que nos permitan observar con claridad los resultados obtenidos.
- **Interpretación de los resultados,** Se realiza una interpretación por cada una de las preguntas realizadas, y se enfatiza la necesidad de las familias del Cantón Azogues de contar con un centro infantil que brinde un servicio seguro y de calidad.

CAPÍTULO 3

Análisis del Mercado del Sector de Entretenimiento infantil de la Ciudad de Azogues

El estudio de mercado es fundamental consiste en una iniciativa empresarial elaborada para determinar la viabilidad y factibilidad de un proyecto, permite determinar y conocer el perfil, así como el comportamiento de nuestros clientes actuales o futuros, es decir a través del mismo identificaremos la manera en la que se han atendido y como se pretende atender en el futuro las necesidades o demandas de la comunidad.

La presente encuesta consta de 10 preguntas mismas que nos permitirán obtener información importante y a su vez poder realizar la segmentación de mercado; además conocer las necesidades, requerimientos, gustos y preferencias de los clientes potenciales del centro de entretenimiento infantil “PlayKids”. Con el cuestionario diseñado se ha procedido a la recopilación de información en los sectores del Cantón Azogues que se consideran más apropiados para la obtención de información contundente, real como son: Universidad Católica, Av. 16 de abril, San Francisco, Urbanización la Concordia, Charasol, La Bolívar y Biblian Centro.

Tabla 3

Segmentación de la muestra

SECTORES	Nº
Universidad Católica	85
Av. 16 de abril	55
San Francisco	55
Urbanización la Concordia	54
Charasol	45
La Bolívar	45
Biblian centro	45
TOTAL	384

Nota: Adaptado de “Estudio de mercado”

Análisis de los resultados

La encuesta realizada arroja resultados que se muestran a continuación:

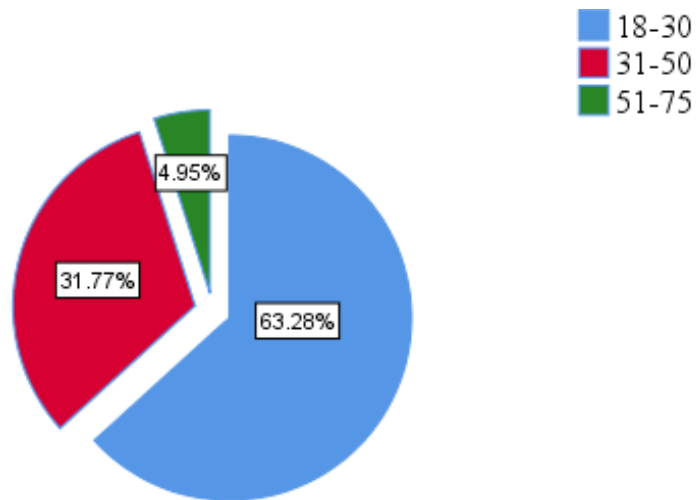


Figura 2. Edad del encuestado, adaptado del “Estudio de mercado”

Se puede observar en el gráfico 1 que del total de personas encuestadas el 63.28% se encuentra comprendido en el rango de edad de 18 a 30; un 31.77% tiene entre 31 y 50 años u tan solo un 4.95% tiene de 51 a 75 años.

En base a los resultados obtenidos podemos decir que el Cantón Azogues está abarcado mayormente por una población joven, quienes impulsan desarrollo, crecimiento económico y social para la ciudad de Azogues.

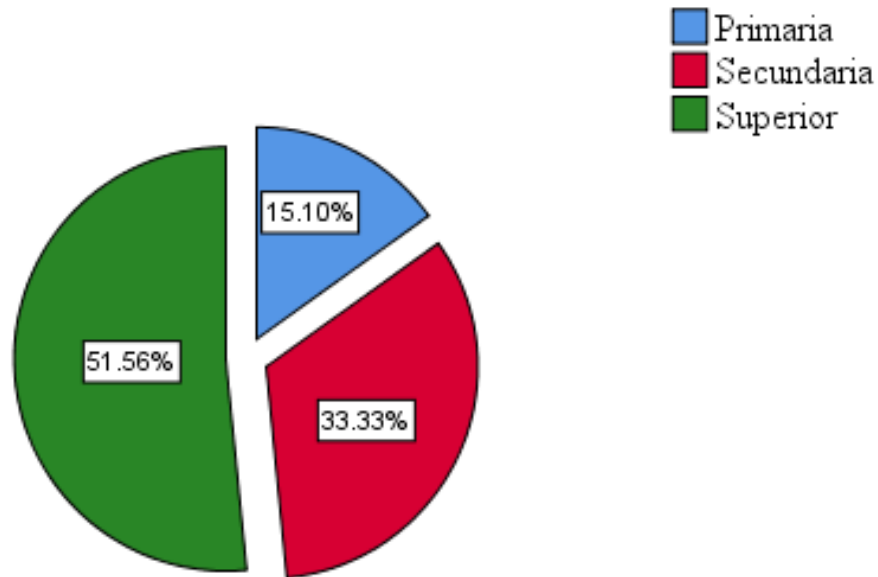
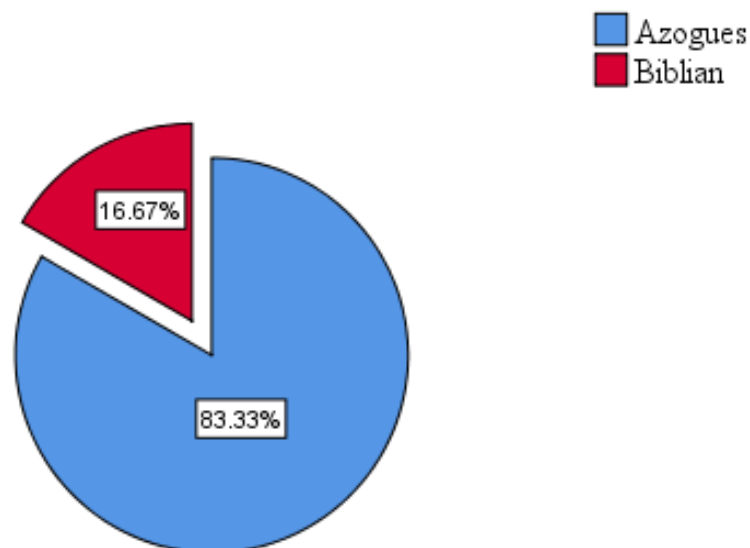


Figura 3. Instrucción del encuestado, adaptado del “Estudio de mercado”

Se puede observar en el gráfico 2 que del total de la población encuestada el 51.56% posee un título de tercer nivel; un 33.33% tiene formación secundaria (bachilleres) y la minoría representada por el 15.10% tiene solo formación primaria.

Al analizar la formación educativa de los encuestados, Azogues es una ciudad donde la mayor parte de la población posee una carrera universitaria lo que evidencia el constante crecimiento y desarrollo de la ciudad a través de ideas innovadoras por parte de dichos profesionales; por otra parte no podemos dejar de un lado y no darle importancia a que existe de igual manera un gran parte de la población que solo ha terminado sus estudios secundarios



bien sea por la falta de recursos o el desinterés de los adolescentes por superarse profesionalmente.

Figura 4. Lugar de residencia, adaptado del “Estudio de mercado”

Del total de la población encuestada el 83.33% reside en la ciudad de Azogues y tan solo el 16.67% en la ciudad de Biblián. Es importante manifestar que la población que reside en el Cantón Biblian también serán beneficiarios directos del centro de entretenimiento infantil, debido a que la distancia al mismo es corta.

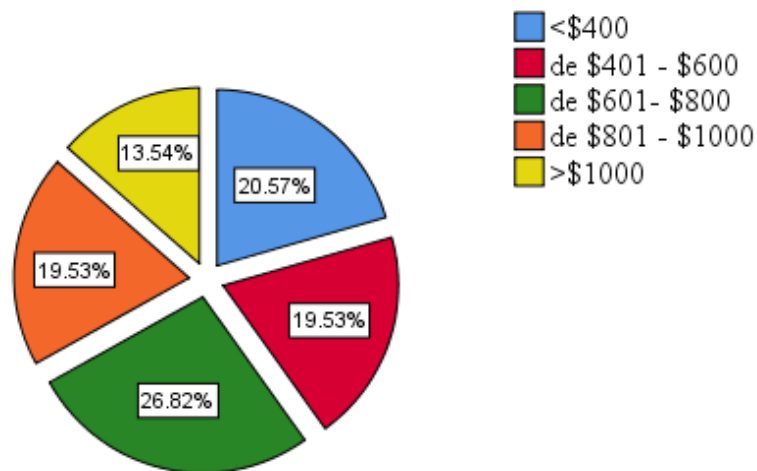


Figura 5. Ingreso mensual, adaptado del “Estudio de mercado”

Se puede observar claramente en el gráfico 4, que del total de la población encuestada el 26,82% gana entre \$601 y \$800; un 20,57% percibe ingresos debajo de los \$400; el 19,53% indicó que tiene ingresos entre \$401 y \$600; el 19,53% expresó que gana entre \$801 y \$1000; y una minoría representada por el 13,54% gana más de \$1000.

En base a los resultados obtenidos podemos manifestar que las familias de la ciudad de Azogues referente a sus ingresos poseen un nivel de vida medio que les permitirá asistir al centro de entretenimiento infantil y disfrutar de un fin de semana agradable.

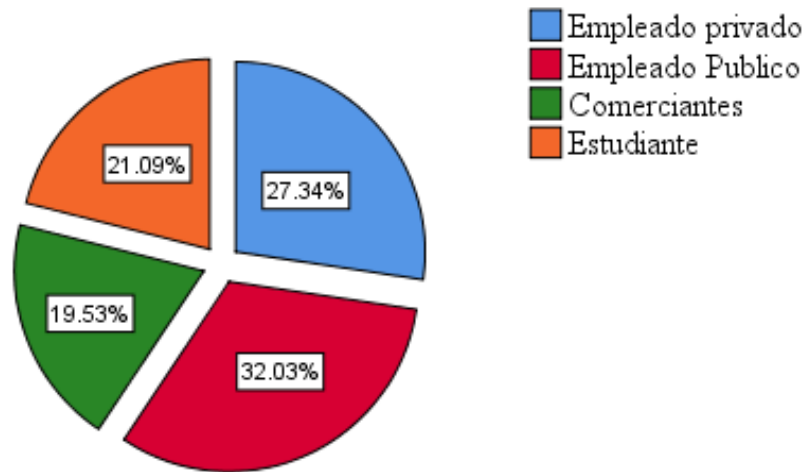


Figura 6. Actividad Económica, adaptado del “Estudio de mercado”

Del total de la población encuestada el 32.03% es empleado público; un 27.34% empleado privado; el 21.09% son estudiantes y el 19.53% se desempeñan como comerciantes.

La mayor parte de fuentes de empleo de los Azogueños está dada por parte del Sector público, sin embargo, es menester señalar que en lo últimos años las empresas privadas han crecido considerablemente generando así más comercio, desarrollo y fuentes de empleo para la ciudad.

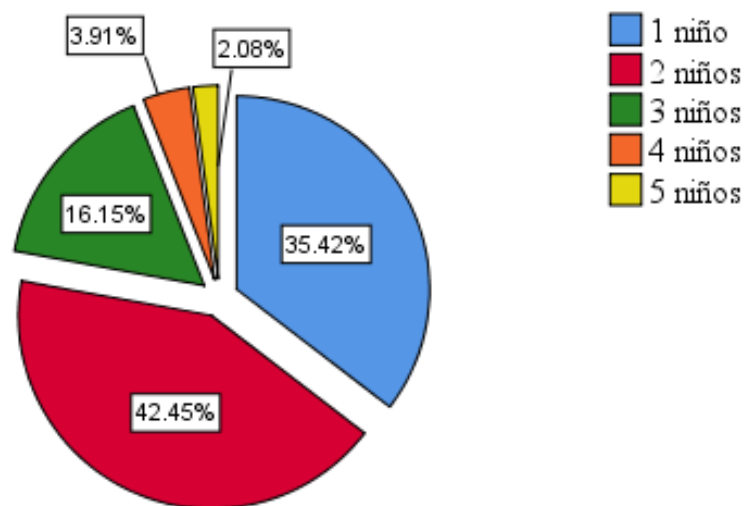


Figura 7. ¿Número de niños entre 2 y 12 años?, adaptado del “Estudio de mercado”

El 42.45% de las personas indicaron que en su hogar viven 2 niños comprendidos en la edad de 2 a 12 años; un 35.42% expresó que en familia solo tienen 1 niño comprendido en ese rango de edad; el 16.15% tiene 3 niños de dichas edades; el 3.91% tienen 4 niños y apenas el 2.08% tienen 5 niños comprendido en esas edades.

Según los datos expresados en el gráfico anterior, las familias del Cantón Azogues tienen un promedio de 2 niños de dos a doce años por hogar aproximadamente, resultando beneficioso para la implementación del presente proyecto.

1. ¿Visita usted algún lugar de recreación con sus niños en la ciudad de Azogues?

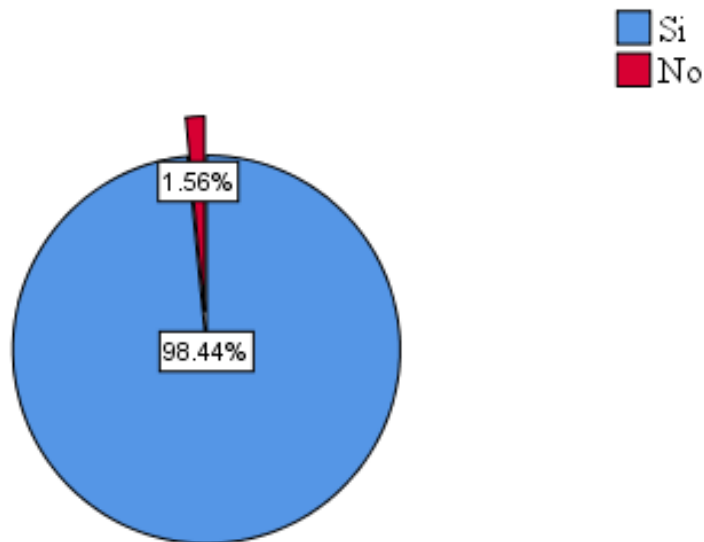


Figura 8. Personas que visitan centros de entretenimiento con sus niños, adaptado del “Estudio de mercado”

Para poder determinar nuestro mercado potencial del presente proyecto, se consideró fundamental consultar a los encuestados si han visitado un centro de entretenimiento en la

ciudad de Azogues y el 98.44% contestó afirmativamente: lo sitios más congruentes son el parque infantil Marcos Romero Heredia, parque el Migrante y la plaza de la Juventud y una minoría representada por el 1.56% manifestó que no.

En base a los resultados obtenidos, las familias del Cantón Azogues consideran importante visitar un centro de entretenimiento que les permita compartir un momento ameno y agradable con sus hijos.

2. ¿Con qué frecuencia visita este lugar de entretenimiento?

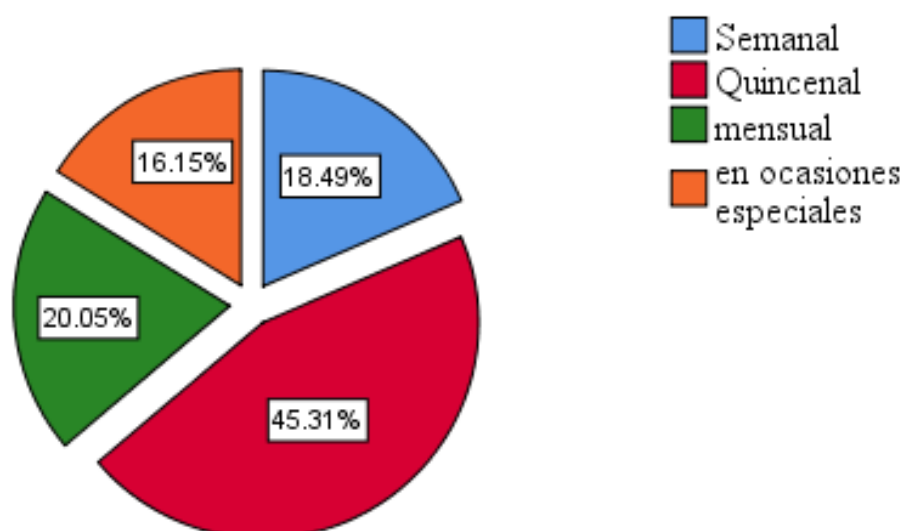


Figura 9. Frecuencia de visita, adaptado del “Estudio de mercado”

Del total de la población encuestada, el 45.31% indicó que la frecuencia con la que asisten a un centro de entretenimiento para niños es quincenal; de igual manera el 20.05% expresó que asisten mensualmente; el 18.49% visita dichos centros con una frecuencia mensual, el 16.15% lo hacen solo en ocasiones especiales.

La recreación y el entretenimiento infantil para las familias Azogueñas es fundamental para ayudar al crecimiento, desarrollo, mejorar las destrezas y habilidades de sus hijos; de igual forma fortalece la relación padres e hijos brindándoles más seguridad y confianza para su desempeño diario.

3. Señale los días que acostumbra a llevar a sus hijos a un lugar de entretenimiento?

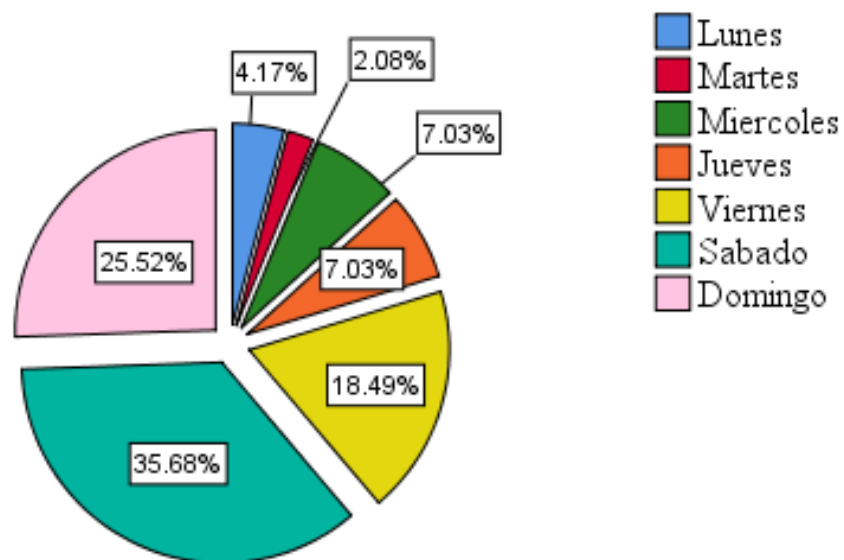


Figura 10. Días de mayor afluencia a sitios de entretenimiento para niños, adaptado del “Estudio de mercado”

De acuerdo a los resultados de la población encuestada, podemos indicar que el 35.68% de los padres de familia frecuentan sitios de entretenimiento los días sábados; el 25.52% lo hacen los días domingos; el 18.49% prefieren asistir los días viernes; el 7.03% frecuentan los días miércoles y jueves; tan solo un 4.17% visita estos sitios los días lunes y una minoría representada por el 2.08% asisten los días martes.

En la actualidad tanto papá y mamá trabajan, por ello los fines de semana tienen disponibilidad de tiempo para llevar a sus hijos a sitios de entretenimiento infantil bien sean públicos o privados, es así que el 79% de la población aproximadamente visita dichos sitios el viernes, sábado y domingo, además son los días de mayor movimiento y comercio en la ciudad.

4. Cuál es el horario de su preferencia para acudir a estos centros?

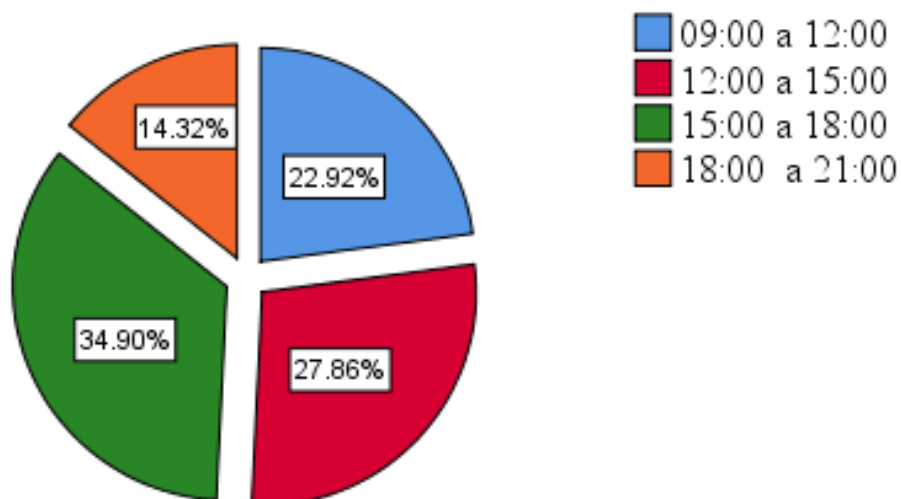


Figura 11. Horario de preferencia para asistir a sitios de entretenimiento, adaptado del “Estudio de mercado”

El 34.90% de la población encuestada manifestó que su horario de preferencia para asistir dichos centros es de tres a seis de la tarde, el 27.86 expresó que les gusta asistir de doce a tres de la tarde; por otro lado, el 22.92% indicó que su horario de preferencia es de nueve a doce del día; y el 14.32% prefiere asistir de seis a nueve de la noche.

Generalmente las familias del Cantón Azogues tienen una mayor inclinación para asistir a los centros de entretenimiento en horarios de la tarde generalmente de doce a seis de la tarde, que resultan más flexibles de acuerdo a su disponibilidad de tiempo.

5. ¿Le gustaría asistir a un centro de recreación infantil para niños que esté ubicado en la ciudad de Azogues?

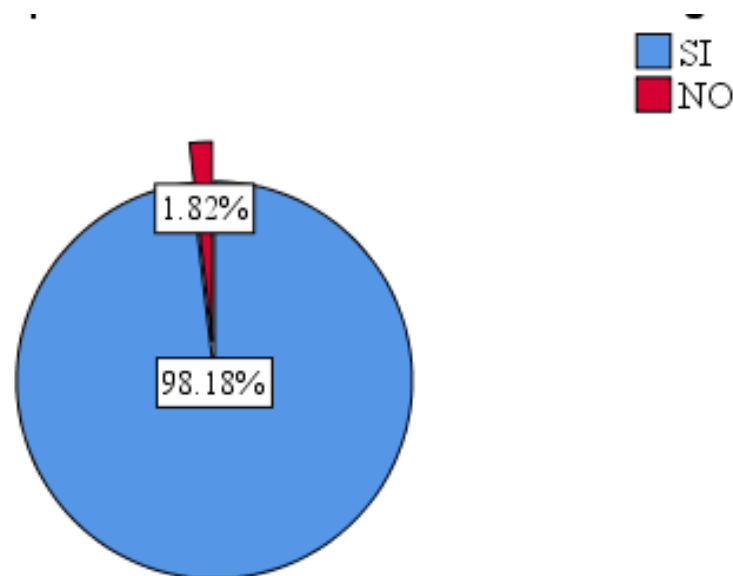


Figura 12. Personas prestas en asistir a un centro de entretenimiento para niños que esté ubicado en la ciudad de Azogues, adaptado del “Estudio de mercado”

Para identificar mi mercado disponible, se consultó a los encuestados si les gustaría asistir a un centro de entretenimiento infantil ubicado en la ciudad de azogues dando como resultado un 98.18% de aceptación del proyecto y tan solo el 1.82% que no les gustaría.

Con base a los resultados obtenidos, las familias del Cantón Azogues aceptan la implementación del centro de entretenimiento infantil y por ende se garantiza la viabilidad y factibilidad del mismo.

6. ¿Cuál de los siguientes factores considera de mayor importancia para asistir a un centro de recreación para niños?

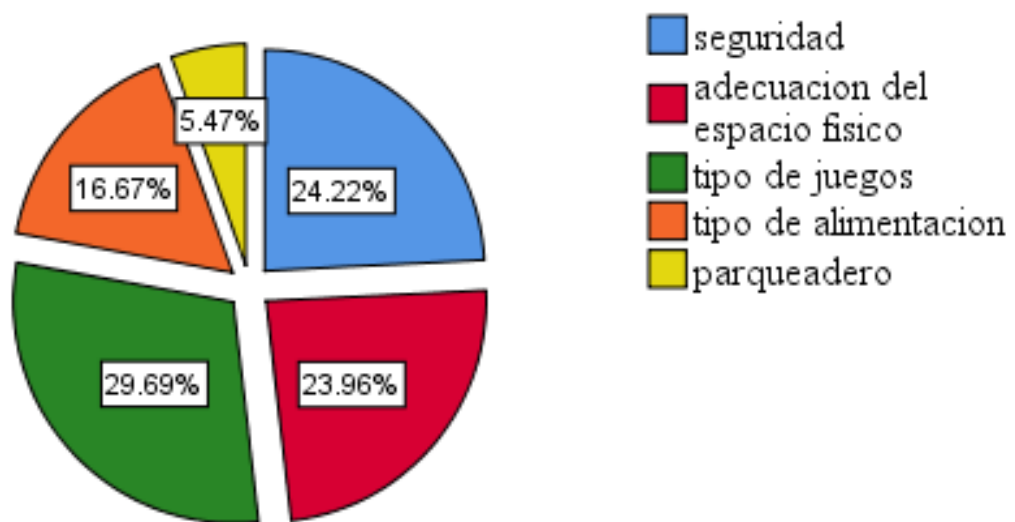


Figura 13. Factores más importantes en un centro de entretenimiento para niños, adaptado del “Estudio de mercado”

El 29.69% de la población encuestada indicó que para ellos es muy importante la variedad de juegos que disponga el centro de recreación infantil, por otra parte el 23.96% consideran la seguridad como primordial para dichos centros, por otra parte el 23.96% manifiestan que la adecuación física es el factor más importante a considerar; el 16.67% mencionan que el tipo de alimentación es de mayor relevancia; y tan solo un 5.47% opina que lo principal y de mayor importancia es que el centro de entretenimiento cuente con parqueadero.

Para garantizar el éxito del proyecto debemos brindar un servicio de calidad, a través de los requerimientos de nuestra población, siendo fundamental contar con variedad en nuestros juegos, seguridad, infraestructura adecuada, pero no por ello debemos descuidar algo tan importante como el tipo de comida que brindara el centro, debido a que el 79,28% de la población requiere que el centro cuente con dichos factores.

7. ¿Cuál de los siguientes juegos le parece más interesante que tuviera el centro de recreación infantil?

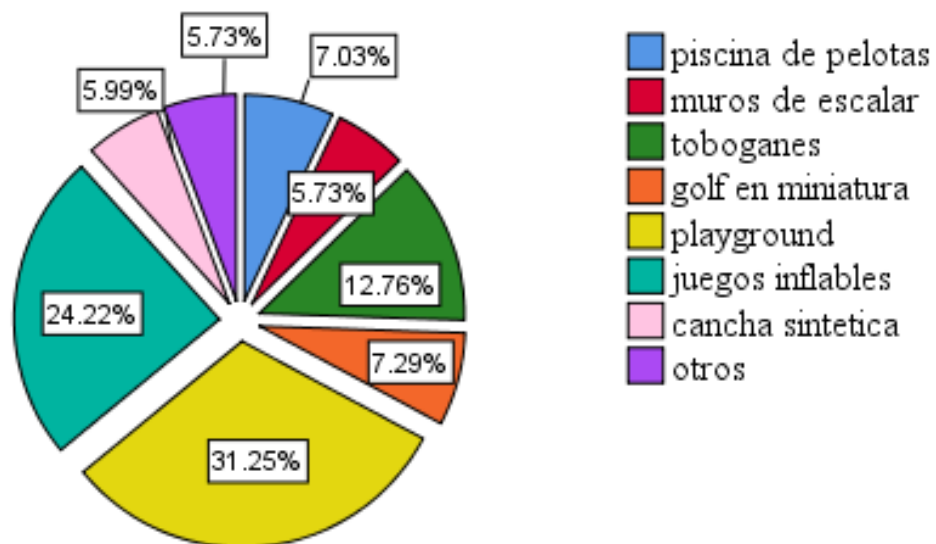


Figura 14. Juegos más atractivos para el mercado potencial, adaptado del “Estudio de Mercado”

Según los resultados obtenidos en el gráfico 9 podemos observar que del total de la población encuestada, el 31.25% manifestó que les gustaría que el centro de entretenimiento infantil cuente con el *Playground*; un 24.22% prefieren los juegos inflables, un 12.76 % desean los toboganes, el 7.29% prefieren el golf en miniatura, el 7.03% les gusta las

piscinas de pelotas, un 5.99% desean cancha sintética, el 5.73% de los encuestados indicó que prefieren bien sea los muros de escalar u otros juegos infantiles.

Estos resultados permitirán definir que juegos serán parte del centro de entretenimiento infantil para niños a fin de tener una mayor acogida por los consumidores potenciales.

8. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que tuviera el centro de entretenimiento para niños? Señale solo uno.

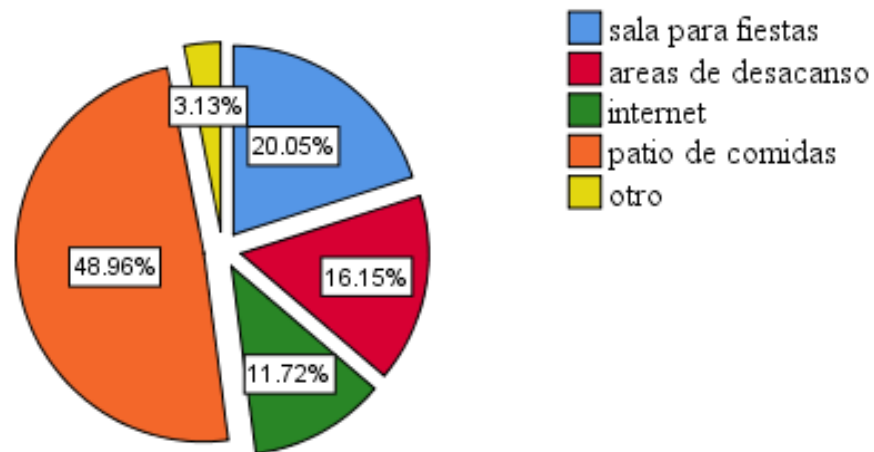


Figura 15. Servicios adicionales más atractivos para el mercado potencial, adaptado del “Estudio de Mercado”

De acuerdo al resultado de la encuesta, los servicios adicionales que los padres desearían que tenga el centro de entretenimiento son: un patio de comidas con una aceptación del 48.96% de los encuestados, un 20.05% se inclina por la sala para fiestas; el 16.15% áreas de descanso; 11.72% desea que el centro cuente con internet.

Cabe recalcar que es fundamental que el centro de entretenimiento cuente con áreas agradables y seguras para que los padres de familia puedan compartir augusto, mientras esperan a sus niños, razón por la cual será fundamental diseñar este tipo de áreas en dicho centro.

9 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ingresar al centro de entretenimiento infantil? considerando que puede permanecer las horas que desee.

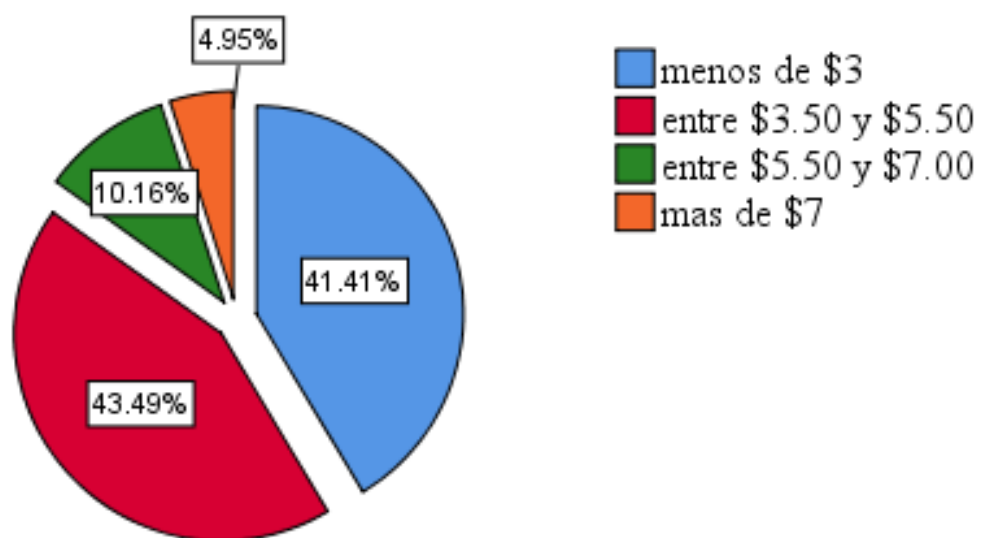


Figura 16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ingresar al centro de entretenimiento infantil? considerando que puede permanecer las horas que desee, adaptado del “Estudio de Mercado”

Con la finalidad de determinar la capacidad de pago de los padres de familia fue fundamental consultarles cuanto estarían dispuesto a pagar por el ingreso al centro de entretenimiento, obteniéndose como resultado que el 43.49% estarían dispuestos a pagar entre \$3.50 y \$5.50 dólares; el 41.41% podría pagar menos de \$3; el 10.16% tendría la capacidad de pagar entre \$5.50 y \$7.00 y tan solo una minoría representada por el 4.95% pagaría más de \$7.00 dólares.

En base a los resultados obtenidos, podemos manifestar que la mayor parte de las familias del Cantón Azogues destina una parte de sus ingresos para disfrutar con su familia los fines de semana; por lo tanto, si el centro de entretenimiento infantil cuenta con todos los factores y servicios que los padres de familia requieren, se estima que más de la mitad de la población esté dispuesto a pagar de \$3.50 a \$5.50.

10. ¿Qué tipo de comida le gustaría ofreciera el centro de entretenimiento infantil?

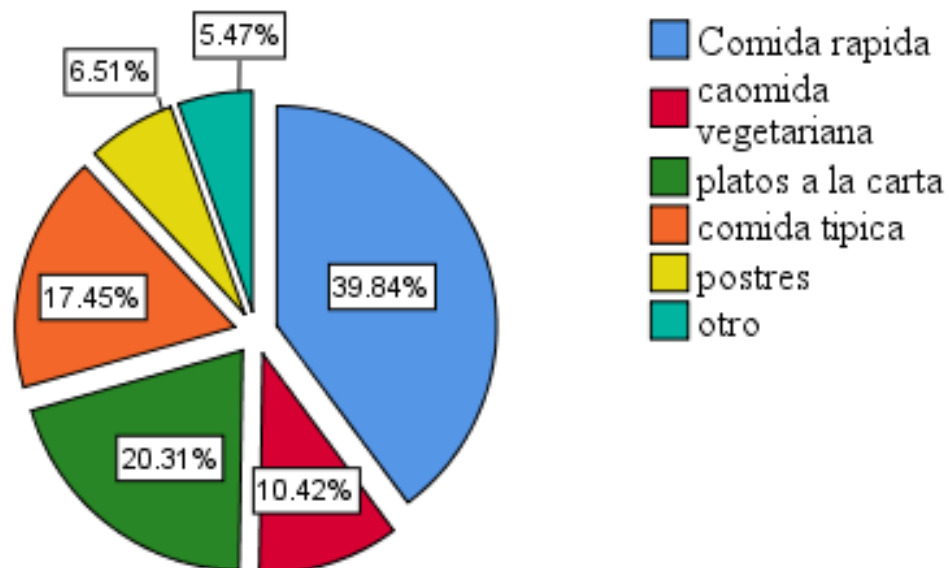


Figura 17. Tipo de comida de mayor aceptación por el mercado potencial, adaptado del “Estudio de Mercado”

De acuerdo al resultado de las encuestas el tipo de comida que más prefieren los padres de familia es: con un 39.84% la comida rápida; el 20.31% de los encuestados le gustaría platos a la carta; un 17.45% tienen mayor inclinación por la comida típica; el 10.24% expresó que desearían comida vegetariana; el 6.51% desean postres y tan solo el 5.47% prefieren otro tipo de comida.

Muchas veces resulta difícil para los consumidores decidirse por un tipo de comida en especial, debido a la cantidad de opciones que se encuentran disponibles en el mercado. Pero

en la actualidad los ecuatorianos se dejan llevar fuertemente por lo que imponga la moda, las redes sociales, publicada y recomendaciones; pero siempre en bases a sus ingresos disponibles. La ciudad de Azogues en los últimos años ha crecido considerablemente en cuanto a restaurantes que ofrecen diferentes tipos de comida, mediante observación directa se ha analizado que existe un consumo alto de comida rápida y platos a la carta; es por ello que el centro de entretenimiento infantil contará con todos estos tipos de comida para satisfacer los gustos y preferencias del consumidor.

Investigación de mercado

Con la finalidad de reducir el riesgo en la toma de decisiones y complementar los resultados obtenidos mediante las encuestas; se realizó la identificación y análisis a través de la técnica de observación directa en los sitios de entretenimiento tanto públicos y privados con los que cuenta la ciudad de Azogues; de esta manera se obtuvo un aproximado de la oferta de centros recreativos que tiene la ciudad como alternativa de entretenimiento para niños de dos a doce años.

Análisis de Oferta

Es importante manifestar que en la ciudad de Azogues no existen centros de entretenimiento infantil con características y beneficios similares a las que tiene el presente proyecto, sin embargo, para poder determinar la oferta actual se consideró los sitios de recreación infantil con los que cuenta la ciudad tales como parques infantiles y centros comerciales; cuya capacidad promedio asciende a 187 niños y el tiempo promedio de estadía de los niños es de 1.5 horas en cada uno de los centros mencionados.

Tabla 4

Oferta actual en los sitios de entretenimiento que posee el Cantón Azogues

En número de personas

Sitio de entretenimiento	Capacidad máxima diaria de la competencia	Afluencia de niños por hora	Oferta diaria/ promedio 8 horas al día
Parque infantil Marco Romero Heredia	300	87,5	700
Parque del Migrante	255	62,5	500

Parque la culebra	80	25,0	200
Plaza de la Juventud	200	110,0	880
Canchas Bosque Azul	100	37,5	300
Oferta Actual	935	322,5	2580

Nota: Obtenido de “Observación directa”

Es importante manifestar que la oferta actual se determinó en base a la capacidad instalada que tienen cada uno de los diferentes centros de entretenimiento tanto públicos como privados del Cantón Azogues, obteniéndose así una capacidad máxima para 935 niños y una afluencia diaria de 2580 niños en días de alta demanda para este tipo de servicios como los fines de semana.

De los centros de entretenimiento mencionados en la tabla 4, solo la plaza de la Juventud es una empresa privada el resto son públicos.

Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta se debe estimar la oferta futura en base a la capacidad instalada, por lo que se asume que en los próximos 5 años será la misma oferta estimada, bajo la premisa que dichos centros de entretenimiento en los últimos años no han realizado incremento en su capacidad instalada, los resultados se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 5

Proyección de la Oferta

AÑO	NÚMERO DE NIÑOS
2020	2580
2021	2580
2022	2580
2023	2580
2024	2580
2025	2580

Nota: Obtenido de “Observación directa”

Análisis de la Demanda

Para determinar la demanda actual del centro de entretenimiento infantil dirigido a niños de dos a doce años de edad, se utilizó los resultados de las encuestas realizada a la población, así como información secundaria relacionada con la población del Cantón Azogues y centro del Cantón Biblián que serán los beneficiarios directos del proyecto. A continuación, en la tabla 7 se muestra la demanda actual de niños para dicho centro de entretenimiento.

Tabla 6

Segmentación de la Demanda

VARIABLES	%	2020	REFERENCIA
Familias del Cantón	100%	22336	INEC
Azogues			
Familias con niños de dos a doce años de edad.	89%	19879	Método de observación directa: De cada 100 hogares observados 89 tenían niños de dos a doce años.
Mercado Potencial: Familias que han asistido a un centro de entretenimiento infantil en el Cantón Azogues.	98,44%	19568	Encuestas
Mercado Disponible: Familias interesadas en asistir a un centro de entretenimiento infantil en la ciudad de Azogues.	98,18%	19212	Encuestas
Mercado Disponible calificado: Familias que pagarían \$3,01 o más para	58,60%	11258	Encuestas

ingresar al centro de
entretenimiento infantil.

DEMANDA ACTUAL FAMILIAS	11258	
DEMANDA ACTUAL NIÑOS	21933	1,95 niños de 2 a 12 años promedio / hogar (Referencia Encuesta)

Nota: Obtenido de “Encuestas Aplicadas, observación directa”, por INEC, 2010.

Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda para el centro de entretenimiento infantil dirigido a niños de dos a doce años, se realizó en base al método de crecimiento poblacional para lo cual fue menester obtener la tasa de crecimiento poblacional del Cantón Azogues⁵. A continuación, se presentan los resultados obtenidos.

Tabla 7

Demanda Proyectada

AÑO	NÚMERO DE NIÑOS
2020	21933
2021	22492
2022	23065
2023	23654
2024	24257
2025	24875

Nota: Obtenido de “Encuestas Aplicadas, observación directa”, por INEC, 2010.

Determinación de la Demanda insatisfecha

⁵ Para la proyección se utilizó tasa de crecimiento poblacional del Cantón que es del 2,55% (INEC 2010)

Una vez determinada la oferta y demanda proyectada del servicio del centro de entretenimiento infantil en el Cantón Azogues, se determina el déficit o población carente actual y futura que necesitará el servicio ofrecido en el proyecto; es decir la demanda efectiva para el proyecto, a continuación, en la tabla # 9 se muestra la demanda insatisfecha durante los próximos 5 años.

Tabla 8

Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA DE SERVICIOS	OFERTA DE SERVICIOS	DEMANDA INSATISFECHA
2020	21933	2580	19353
2021	22492	2580	19912
2022	23065	2580	20485
2023	23654	2580	21074
2024	24257	2580	21677
2025	24875	2580	22295

Nota: Obtenido de “Encuestas Aplicadas, observación directa”, por INEC, 2010.

Matriz FODA

La matriz FODA es una herramienta estratégica fundamental que permite realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa tanto interna como externamente y mediante la toma de decisiones estratégicas y plan de acción oportuno alcanzar el objetivo y éxito empresarial.

Tabla 9
Matriz FODA

	Positivos	Negativos
	Fortalezas	Debilidades
Internos (Factores de la empresa)	Alternativa de entretenimiento con propuesta y concepto diferenciado para los niños de 2 a 12 años del Cantón Azogues.	Elevados costos de inversión inicial.
	Diversidad de juegos inflables y actividades para las diferentes edades de nuestro grupo objetivo.	Falta de conocimiento de nuestra marca.
	Seguridad en las instalaciones tanto interiores como exteriores.	Desconfianza de nuestros clientes potenciales.
	Servicio de parqueadero privado.	Inexistencia de proveedores dentro del Cantón Azogues de juegos infantiles e inflables.
	Personalización de fiestas.	
	Atención de primera categoría mediante personal altamente calificado.	
	Precios accesibles para los clientes.	
	La infraestructura moderna.	
	Servicios ajustados a los gustos y preferencias de los padres de familia.	
		Oportunidades
	Crecimiento de la población infantil	Nuevos competidores

Externos (factores del ambiente)	Presencia de nuevas alternativas de entretenimiento infantil y necesidades familiares que refuerzan la demanda.	Inestabilidad política y social. Variación inestable de las tasas de interés del sistema financiero.
	Mercado objetivo en constante crecimiento y desarrollo.	Precios más económicos de la competencia.
	Competencia no agresiva Diferenciación de servicio	Preferencia por actividades al aire libre en espacios públicos.
	El tiempo de traslado de la ciudad al centro de entretenimiento infantil es relativamente corto.	

Matriz FODA para la formulación de estrategias

La matriz FODA es un instrumento o herramienta fundamental que no solo nos sirve para determinar o identificar los factores internos y externo que enfrenta la empresa, dicha matriz nos ayuda al desarrollo de las estrategias adecuadas a seguir mediante la combinación de esos factores como son: utilizar las fortalezas internas con el propósito de aprovechar las oportunidades externas, superar la debilidades internas mediante las oportunidades externas, aprovechar las fortalezas internas de la empresa y de esta manera disminuir el impacto de las amenazas externas y por ultimo reducir las debilidades internas para resistir a las amenazas externas y de esta manera lograr los objetivos deseados por la empresa o negocio.

Tabla 10

Matriz FODA para la formulación de estrategias

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	<ul style="list-style-type: none"> *Alternativa de entretenimiento con propuesta y concepto diferenciado para los niños de 2 a 12 años del Cantón. *Diversidad de juegos inflables y actividades para las diferentes edades de nuestro grupo objetivo. *Seguridad en las instalaciones tanto interiores como exteriores. *Servicio de parqueadero privado. *Atención de primera categoría mediante personal altamente calificado. *La infraestructura moderna. *Precios accesibles para los clientes *Servicios ajustados a los gustos y preferencias de los padres de familia. 	<ul style="list-style-type: none"> *Elevados costos de inversión inicial. *Falta de conocimiento de nuestra marca. *Desconfianza de nuestros clientes potenciales. *Inexistencia de proveedores dentro del Cantón Azogues de juegos infantiles e inflables.
FACTORES EXTERNOS		
OPERTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ul style="list-style-type: none"> *Crecimiento de la población infantil *Presencia de nuevas alternativas de entretenimiento infantil y necesidades familiares que refuerzan la demanda. *Mercado objetivo en constate crecimiento y desarrollo. *Competencia no agresiva. *Diferenciación de servicio. *El tiempo de traslado de la ciudad al centro de entretenimiento infantil es relativamente corto. 	<ul style="list-style-type: none"> * Atraer a nuestros clientes brindando un servicio diferenciado de calidad y con seguridad. (F1, F2, F3, F4, O4, O5) *Aprovechar el amplio mercado de la ciudad de Azogues para la implementación del centro de entretenimiento infantil. (F1, O1, O2) * Elaborar campañas publicitarias (F1, F2, F3, F4, F5, F8, O4, O5) 	<ul style="list-style-type: none"> * Definir mejor las estrategias y alianzas para reducir los costos y mantener la calidad. (D1, O1,O3) * Posicionar en el mercado un centro de entretenimiento infantil innovador.(D1, O2, O4, O5, O6)
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ul style="list-style-type: none"> *Nuevos competidores. *Inestabilidad política y social. *Variación inestable de las tasas de interés del sistema financiero. *Precios más económicos de la competencia. *Preferencia por actividades al aire libre en espacios públicos. 	<ul style="list-style-type: none"> *Ofrecer a nuestros clientes precios accesibles y lograr una ventaja frente a nuestra competencia. (F7, O1, O4) *Brindar a nuestros consumidores la mejor seguridad y calidad en el servicio mediante nuestro personal altamente calificado. (F3, F4, F5, O1) 	<ul style="list-style-type: none"> *Mantener el nivel de la calidad de servicio brindado, tomando en cuenta la satisfacción del cliente. (D2, D3, O1, O3) *Contar con proveedores confiables para un servicio de calidad. (D4, O5)

Análisis de las Fuerzas de Porter

“Las 5 fuerzas de Porter son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa” (Riquelme, 2015).

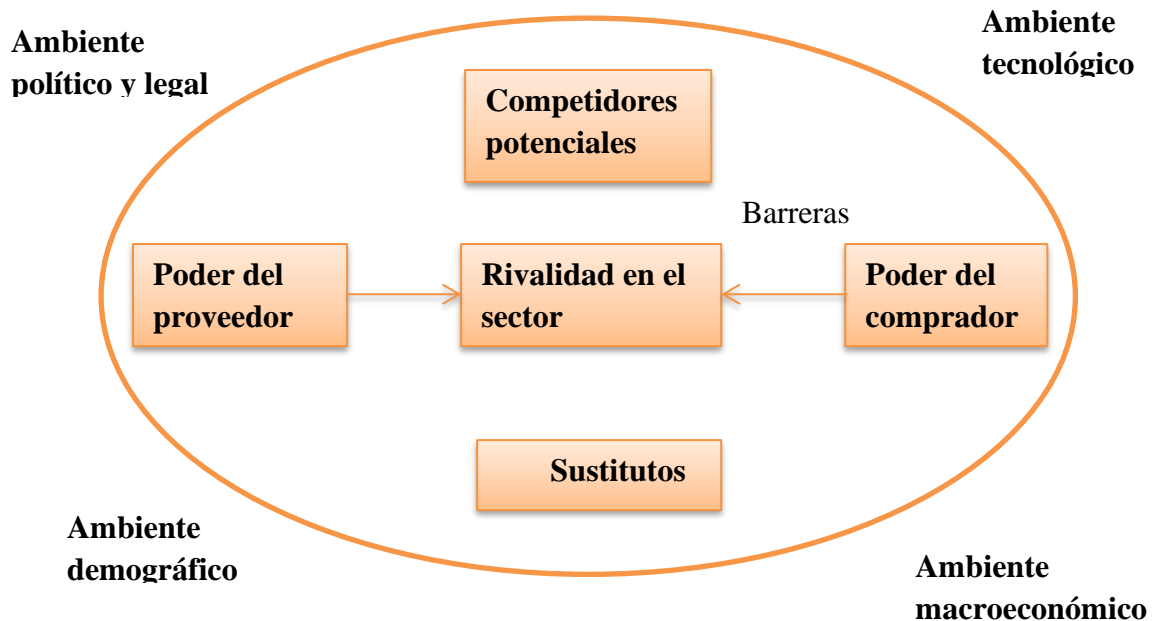


Figura 18. Modelo de Michael Porter, adaptado de “Análisis de las Fuerzas de Porter”, por Porter, M, 1979.

Análisis del modelo de Michael Porter para el centro de entretenimiento infantil *PlayKids*.

Poder de negociación de los clientes o compradores

En el mercado actual existen pocos productos sustitutos y que en su mayoría son gratuitos, los clientes son cada vez más exigentes, lo cual influye a *PlayKids* a tener un costo más alto debido a su diversidad en instalaciones de entretenimiento y en algún momento los compradores solicitarán descuentos o formas de financiamiento de acuerdo a ciertas temporadas específicas, por lo tanto, tienen un **impacto alto**.

El poder de negociación de los consumidores para nuestro proyecto es **medio** debido a que existen otras alternativas de entretenimiento en la ciudad como plazas, parques infantiles, canchas, museos y la mayoría de estos son gratuitos.

Es recomendable que el centro de entretenimiento infantil emplee campañas para fidelizar a nuestros clientes, posicionar en la mente de los consumidores Azogueños dicho centro, debido a que en la ciudad no existe ningún centro de entretenimiento infantil que cuente con los servicios de “*PlayKids*”.

Poder de negociación de los proveedores

La capacidad que un proveedor tiene para imponer precios y condiciones, depende de diversos factores, es decir no es igual para todos, en nuestro caso es capaz de asumir sus precios sin que esto tenga un efecto perjudicial sobre el volumen de ventas, por lo tanto, es considerado un **nivel de impacto medio**. Por otra parte, para el caso de los juegos inflables “*Playground*” la fuerza es de **alto impacto porque existen muy pocos proveedores en nuestro país de dicho producto**.

Amenaza de ingreso de nuevos competidores (Competidores potenciales)

Al ser una empresa pionera en el mercado, es un atractivo con alto potencial para fidelizar clientes, pero estamos conscientes que más competidores potenciales existirán con el pasar del tiempo por lo tanto consideramos un impacto **medio**. La posibilidad de que las nuevas empresas entren a competir en la industria del entretenimiento infantil dependerá de los siguientes factores:

Barreras de entrada: Alta Inversión y ubicación estratégica

Diferenciación de producto: *PlayKids* tendrá una cartera de productos y servicios que obligará a los nuevos competidores a realizar grandes inversiones para captar a los nuevos clientes.

Amenaza de productos sustitutos (Productos Sustitutivos)

En el mercado existen aquellos productos que satisfacen las mismas necesidades de nuestros clientes, como parques, plazas, canchas deportivas, entre otros y a medida que aparecen más productos sustitutos, el grado de atractivo podría comenzar a decrecer, lo cual consideramos un **impacto alto**.

La amenaza de la aparición de éstos productos depende del grado que satisfagan las necesidades de nuestros clientes, como el costo de cambio a estos productos alternativos, por lo tanto, deben ser productos y servicios con alto valor experiencial para mis clientes.

Rivalidad entre competidores (Intensidad de la competencia actual)

La actuación de los competidores existentes es una rivalidad con impacto bajo, debido a que no existe una cantidad considerable que cause gran efecto. El ritmo de crecimiento de la industria de entretenimiento es alto y cada vez la innovación genera mejores contenidos visuales para quienes utilizan estos centros, lo cual con adecuadas estrategias ATL y BTL generaremos mayor impacto en los consumidores y sobre todo la diferenciación que necesita una empresa de calidad.

Conclusión Parcial

De acuerdo al estudio de mercado realizado se pudo determinar que en la ciudad de Azogues existe una gran demanda insatisfecha en relación a centros de entretenimiento infantil; además de acuerdo al resultado de las encuestas aplicadas y a la proyección que planteamos, se puede definir que *Playkids* tendrá altos índices de aceptación en el mercado objetivo, pues presentaría beneficios tangibles e intangibles que nos diferenciarán de los demás centros tales como la calidad y variedad de servicios, seguridad, personal calificado entre otros. Finalmente, se concluye que existe un mercado amplio para la implementación del centro de entretenimiento infantil *PlayKids*.

CAPÍTULO 4

Análisis Técnico y Organizacional

En el presente capítulo abordaremos acerca de los aspectos técnicos y operativos que contemplan la implementación del presente proyecto, es decir determinar los recursos necesarios y el uso eficiente para la prestación del servicio que brindara *PlayKids*.

Es por ello que resulta fundamental realizar el estudio técnico y organizacional, mismo que nos permite demostrar la viabilidad técnica necesaria para la implementación del proyecto en estudio, a través de la determinación de la localización, tamaño y capacidad óptima, realizar la distribución y diseño de las instalaciones y finalmente dar a conocer la estructura organizacional con la que contará el centro de entretenimiento infantil; y de esta manera justificar la mejor alternativa técnica que se ajuste a los criterios de optimización.

Localización del Negocio

El objetivo que persigue es el de lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. El proyecto del centro de entretenimiento se ubicará en la autopista Panamericana Cuenca-Azogues sector Zhullin, el mismo que cuenta con 850 metros cuadrados de terrenos disponibles para la implementación, de los cuales los 720 serán utilizados en la construcción y los 130 en el parqueadero. Se determinó la localización óptima del centro “PLAYKIDS”, a través del análisis del método cualitativo por puntos, el mismo que consiste en ponderar a cada criterio considerando diferente peso según la importancia y los cuales tienen que sumar 1, o en porcentaje 100 %. En este caso el análisis debe tener en cuenta los diferentes sectores del Cantón Azogues. Bajo este análisis se debe considerar la afluencia de mayor cantidad de personas siendo estos sitios: Sector el Autopista- Zhullin, Sector Mercado Sucre y el Sector Charasol, para la elección del mejor sitio y de esta manera obtener la mayor rentabilidad posible.

Tabla 11

Localización Óptima para “PlayKids”

DESCRIPCIÓN	POND.	SECTOR EL AUTOPISTA- ZHULLIN	SECTOR MERCADO SUCRE	SECTOR CHARASOL			
VARIABLES	POND	CALIF. C. POND	CALIF. C. POND	CALIF. C. POND			
Distancia a clientes	0,05	8,5	0,425	7	0,35	8	0,4
Distancia a proveedores	0,2	8	1,6	8	1,6	8	1,6
Distancia a competidores	0,02	9	0,18	8	0,16	8	0,16
Disponibilidad de mano de obra	0,3	9	2,7	8	2,4	8	2,4
Condiciones del sitio	0,4	9	3,6	7,5	3	8	3,2
Costos	0,02	9	0,18	9	0,18	8,5	0,17
TOTAL	1,0		8,69		7,69		7,93

Nota: Obtenido de “Observación directa”

De acuerdo a la calificación por puntos a cada uno de los sectores del Cantón Azogues, la opción que más puntuación obtuvo fue el Sector Autopista Zhullin con una calificación de 8,69 sobre 10 posibles.



Figura 19. Localización *PlayKids*, adaptado de “Google Maps”



Figura 20. Plano de *PlayKids*.

Capacidad Instalada

El tamaño de “PLAYKIDS”, está determinado por diferentes aspectos como son: la capacidad instalada máxima que va en relación al número de clientes que pueda brindar atención, la disponibilidad física y la distribución eficiente para el almacenamiento de materia prima, instalaciones, maquinaria, así como de los diferentes juegos y servicios que oferta el centro. Para ello a continuación se muestra la capacidad máxima de cada uno de los diferentes juegos y servicios con los que contara el centro de entretenimiento.

Tabla 12
Capacidad Instalada “PlayKids”

ZONA GENERAL	UNIDAD FUNCIONAL	NÚMERO DE USUARIOS
<i>Playground</i>	Entretenimiento	70
Parque infantil niños	Entretenimiento	20
Piscina inflable de bolas	Saltos y entretenimiento	20
Cancha de uso múltiple	Deporte y entretenimiento	15
Pared para escalar	Deporte extremo y entretenimiento	25
Área de esparcimiento	Espacio multiuso	50
Patio de comidas	Comida y bebidas	75
Salón de fiestas	Fiestas y entretenimiento	50
TOTAL		325

Nota: Obtenido de “Observación directa”

Diagrama de procesos

Los diagramas de procesos constituyen una herramienta de vital importancia, debido a que nos permite visualizar la secuencia de pasos a seguir y mediante el flujo analizar los mismos y ver en qué aspectos se pueden introducir mejoras.

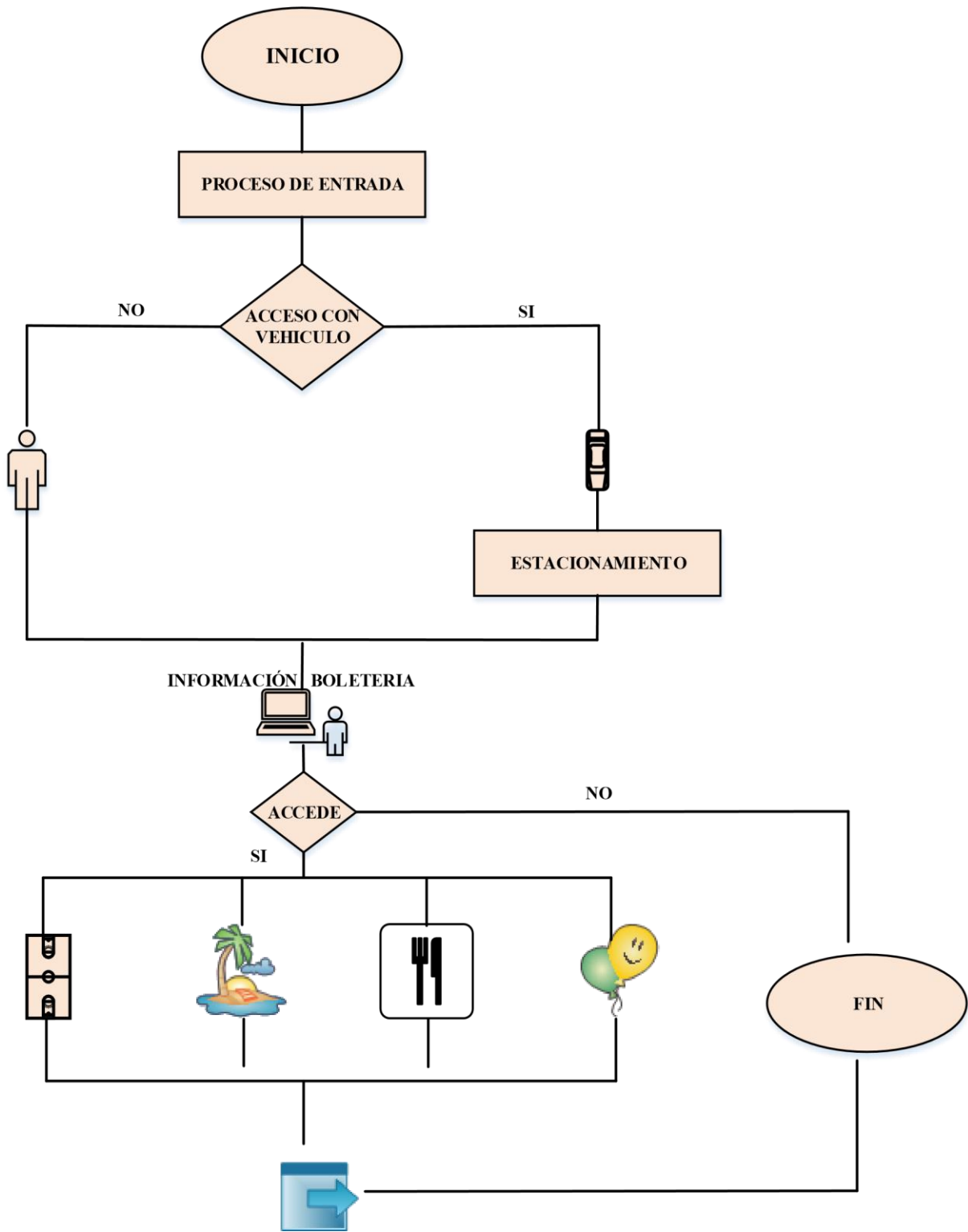


Figura 21. Diagrama de procesos

Descripción de los procesos

Ingreso. Los clientes hacen el ingreso al centro de entretenimiento *Playkids*.

Estacionamiento de vehículos. *Playkids* contará con un amplio parqueadero privado con la seguridad y comodidad que el cliente requiere para poder disfrutar de los servicios del centro de entretenimiento infantil.

Información. Se brindará información de las diferentes áreas, servicios, horarios con los que cuenta *PlayKids*, además se les entregará un folleto donde tendrá información más detallada de los diferentes servicios del centro de entretenimiento infantil.

Pago de la entrada. Solo se cobrará al niño, un valor estimado de \$4.00, podrán hacer uso de todas las instalaciones, al momento de cancelar se les colocará una manilla a los niños para que puedan hacer uso de los juegos de manera ilimitada.

Ingreso a las instalaciones. Una vez que se haya realizado el pago, las familias podrán hacer uso de las instalaciones que deseen.

Juegos y deportes. *PlayKids* contará con una variedad de juegos inflables como *playgrounds*, piscina de pelotas, tobogán, etc. Deportes como pared escaladora, canchas de básquet y fútbol con acceso ilimitado para los niños que pagaron su entrada.

Patio de comida. En área de comida rápida de *PlayKids* se venderán papas fritas, alitas en diferentes salsas, hamburguesas, *hot-dogs*, palomitas de maíz, colas o jugos, helados, esta área cuenta con 20 mesas y con una capacidad para 75 personas.

Área de descanso. *PlayKids* además contará con un área de descanso donde los padres de familia podrán pasar un rato ameno hasta que sus niños se diviertan en los diferentes juegos.

Salida de las instalaciones. Una vez que nuestros clientes hayan pasado una tarde agradable procederán a salir de las instalaciones.

Ciclo del negocio

El centro de entretenimiento *PlayKids* se encuentra en la etapa previa al Ciclo de Vida del Producto donde se analiza la viabilidad de su implementación, mediante la obtención de información primaria y secundaria que permita el planteamiento de estrategias para la captación de clientes y por ende satisfacción de sus necesidades; en la etapa de introducción se implementarán planes de promoción para generar mayor afluencia de visitas, en la etapa de crecimiento contaremos con un volumen de visitas considerables por lo tanto la estrategia se enfocará en la fidelización de mis clientes con la entrega de souvenirs y tarjetas de descuento, en la etapa de madurez tendremos mayor rentabilidad por lo tanto la estrategia se enfocará en promocionar los días de menor afluencia y la etapa de declive retomaremos nuevamente estrategias de promoción para generar mayor afluencia.

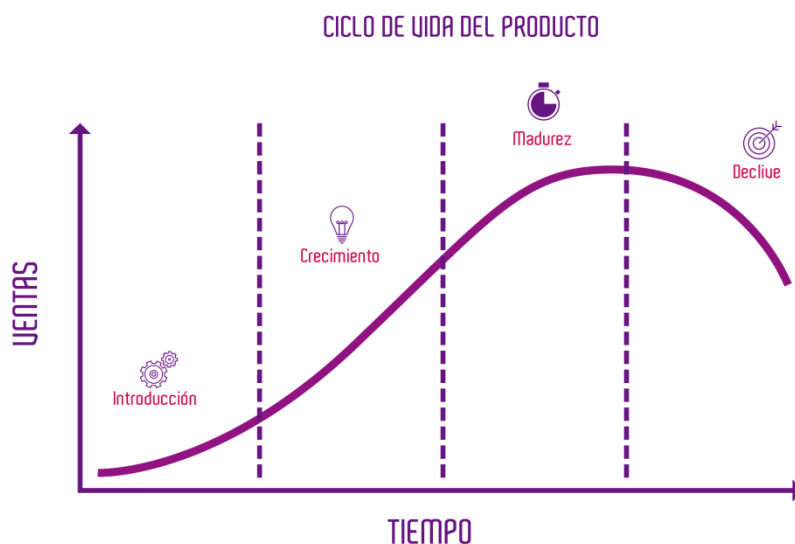


Figura 22. Ciclo del Negocio. Adaptado de “Análisis del Crecimiento del Negocio”, por Cerem Business School

Estructura organizacional

Toda empresa cuenta en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma.

Nombre de la Empresa

El nombre del centro de entretenimiento infantil fue escogido por mayoría de votos por los socios que constituirán dicha empresa. *PlayKids* es un nombre innovador que permitirá

incrementar aceleradamente su posicionamiento como una marca que asocie la diversión infantil en un lugar acogedor y seguro, causando un alto impacto experiencial en el mercado objetivo.

Tipo de Empresa

Según la procedencia del capital. *PlayKids* sería una empresa privada debido a que el capital depende de personas particulares y no del estado.

Según su constitución legal. *PlayKids* según su constitución sería Sociedad Anónima S.A, puesto que la responsabilidad es limitada en base al capital aportado, es decir que la inversión y exposición financiera está en función de una cantidad específica. La característica principal de esta sociedad es que puede haber la participación de varios socios, que mediante su aportación de dinero se formaría el capital necesario para la puesta en marcha del proyecto.

Socio

Un socio al formar parte de tu proyecto te brinda la ventaja de contar con mejor firmeza financiera, operativa y por ende solidez para tu emprendimiento, en efecto no solo es capaz de aportar financiamiento sino también de complementar a tu negocio con características que no dispongas y que sea para incrementar la rentabilidad y finalmente mejoran la composición de nuestro pasivo.

Tabla 13

Tabla Aportación de Socio

Socio	Nacionalidad	C.I Identidad	% Aportación	Total
Nixon Jumbo	Ecuatoriano	030223035-4	20%	\$ 40.138,13
Total de la Aportación				\$ 40.138,13

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Razón Social

Centro de entretenimiento infantil *PlayKids*

Misión/Visión

Misión

Somos un centro de diversión infantil, pioneros en el Cantón Azogues y la Provincia del Cañar cuyos servicios ofertados se enfocan en niños de 2 a 12 años, a través de un cuidado infantil en un ambiente afectuoso, seguro y con personal calificado que genera confianza en los padres de familia

Visión

En el 2025 ser la empresa mejor posicionada en el mercado nacional y regional, con una reputación formidable por sus cualidades tecnológicas, infraestructura física y con un talento humano altamente competente, que diferencie a *PlayKids*, con una propuesta de valor enfocada en la captación y fidelización de sus clientes.

Logotipo



Figura 23. Logotipo

PlayKids es un imagotipo responsive que tiene una mezcla de colores llamativos que relaciona la diversión a través de juegos infantiles; mismos que deberán seguir los lineamientos para la aprobación en el IEPI.

Objetivos estratégicos

Alcanzar una rentabilidad financiera por encima del punto de equilibrio en el segundo año de funcionamiento, siendo líderes en el mercado con una gran acogida por la calidad y seguridad de los servicios brindados.

Objetivos a corto plazo

- Proporcionar un ambiente equilibrado, agradable y afectivo para generar seguridad y confianza en los clientes.
- Brindar un servicio de calidad y seguridad para satisfacer las necesidades de los consumidores.
- Ofrecer servicios innovadores que generen valor agregado a nuestros clientes.
- Elaborar plan de mantenimiento del centro de entretenimiento infantil.

Objetivos a mediano plazo

- Posicionar la marca e imagen del centro de entretenimiento infantil creando vínculos de cercanías con nuestros clientes y servicios.
- Obtener una rentabilidad superior al 25%
- Mejorar las estrategias de fidelización de nuestros clientes.
- Crear alianzas estratégicas con nuevos proveedores

Objetivos a largo plazo

- Posicionamiento de *PlayKids* como el mejor centro de entretenimiento infantil de la Provincia del Cañar.
- Convertirse en la marca líder en el mercado regional como símbolo de calidad, seguridad y entretenimiento.
- Ampliar la capacidad instalada de los diferentes juegos inflables.

Organigrama

Es fundamental que toda empresa o negocio cuente con un organigrama que permita conocer la estructura jerárquica de la empresa, además de facilitar la comunicación interna, nos permite conocer la misión de cada colaborador dentro de la estructura y así tener una visión adecuada del desafío personal y como equipo para lograr los objetivos empresariales.



Figura 24.

Organigrama PlayKids

Perfiles Profesionales

A continuación, se describen los perfiles profesionales requeridos para PlayKids, es fundamental conocer las capacidades, competencias, destrezas de cada uno de los diferentes empleados que formarán parte del equipo de trabajo, debido a que en base a este conocimiento de perfiles nos permite distribuir y priorizar tareas, procesos, funciones, utilizando el mejor potencial de cada uno para el logro del objetivo empresarial.

Tabla 14
Perfiles profesionales y sus funciones

PERFIL PROFESIONAL	REQUERIMIENTOS
GERENTE	Nivel de estudios: 3er nivel- Experiencia: No menos de 3 años. Área del conocimiento: Economía, Administración o Ingeniería Industrial.
JEFE CONTABLE	Nivel de estudios: 3er nivel- Experiencia: mínima de 2 años. Área del conocimiento: Administración de empresas mención auditoría.
JEFE OPERATIVO	Nivel de estudios: 3er nivel- Experiencia: mínima de 2 años. Área del conocimiento: Ingeniería mecánica o carrera afines.
CAJERO	Nivel académico: Bachiller o Técnico- Experiencia: mínima de 1 año. Área del conocimiento: Contabilidad básica o carreras afines.
CONSERJE	Instrucción básica o bachiller- Experiencia: mínima de 1 año.
ENFERMERA	Nivel de estudios: 3er nivel- Experiencia: primeros auxilios mínima de 2 años. Área del conocimiento:
GUARDIA	Nivel de estudio: Bachiller- Servicio militar- Experiencia: mínima de 1 año. Capaz de hacer frente a situaciones imprevistas.
PERSONAL DEL PATIO DE COMIDA	Experiencia en preparación de comida rápida.
TÉCNICO DE MANTENIMIENTO	Técnico- Experiencia: mínima de 2 años. Áreas del conocimiento: Mantenimiento predictivo y correctivo.
OPERADOR (ENCARGADO DE JUEGOS)	Nivel de estudios: Bachiller- Experiencia en atención y servicio al cliente.
Descripción de funciones	

Tabla 15
Descripción de Funciones

PERFIL PROFESIONAL	FUNCIONES
GERENTE	Encargado de planificar y organizar los recursos necesarios para el logro de los objetivos, liderar a través de una adecuada comunicación, guiar, motivar, controlar y administra los ingresos de <i>PlayKids</i> .
JEFE CONTABLE	Será el encargado de supervisar todas las funciones de libros contables, las finanzas de <i>PlayKids</i> como su presupuesto y contará con contacto directo con gerencia.
JEFE OPERATIVO	Planificar todo lo concerniente a procesos y logística, supervisar el correcto funcionamiento de todos los servicios de <i>PlayKids</i> , brindar asesoría técnica a los clientes para el correcto funcionamiento de los juegos.
CAJERO	El cajero deberá receiptar, entregar y custodiar el dinero en efectivo, es decir cargar el valor al cliente en base al servicio que adquiera, posterior deberá receiptar el mismo.
CONSERJE	Sus funciones básicamente son: Limpieza diaria de las diferentes estancias de <i>PlayKids</i> , entrega y recepción de documentación según se requiera.
ENFERMERA	Su función principal será atender a los niños en caso de algún accidente, darles asistencia médica necesaria hasta que puedan ser atendidos por el personal de salud.
GUARDIA	Velar por la seguridad de los bienes muebles e inmuebles, protección de los clientes del centro infantil <i>PlayKids</i> .
PERSONAL DEL PATIO DE COMIDA	Encargados de la preparación de los alimentos y bebidas que dispone <i>PlayKids</i> , con las respectivas normas de higiene para garantizar productos inocuos.
TÉCNICO DE MANTENIMIENTO	Monitorear, reparar, los bienes muebles e inmuebles de <i>PlayKids</i> para el correcto funcionamiento.
OPERADOR (ENCARGADO DE JUEGOS)	Controlar el correcto funcionamiento de los diferentes juegos inflables, garantizando la seguridad de los niños.

Mercado objetivo

En el capítulo 3 tabla #9 se determinó el mercado insatisfecho para *PlayKids*, mismo que es de 9934 familias, en tabla #7 de la segmentación de la demanda se obtuvo que en cada

familia azogueña existe un promedio de 1.95 niños por hogar, por lo que nuestra demanda insatisfecha es de 19353 niños, mismos que serían nuestros clientes potenciales, de los cuales se pretende satisfacer el 13%, dando como resultado un total de 1291 familias; en base a la pregunta #2 de la encuesta aplicada se pudo determinar la frecuencia con la que asisten a un centro de entretenimiento infantil dando como resultado, el 45.31% indicó que la frecuencia con la que asisten a un centro de entretenimiento para niños es quincenal; de igual manera el 20.05% expresó que asisten mensualmente; el 18.49% visita dichos centros con una frecuencia semanal, el 16.15% lo hacen solo en ocasiones especiales; con lo que se procedió a calcular las familias que asistirán al centro de entretenimiento *PlayKids* en el año y se obtuvo un aproximado de 15925 familias.

Marketing Mix

La ejecución del centro de entretenimiento infantil *PlayKids* combina las variables del marketing mix, mismo que nos permitirá conocer el comportamiento del mercado, de ésta manera vamos a desarrollar estrategias que permitan fidelizar y captar clientes a través de la mezcla adecuada de las cuatro variables que componen el marketing mix.

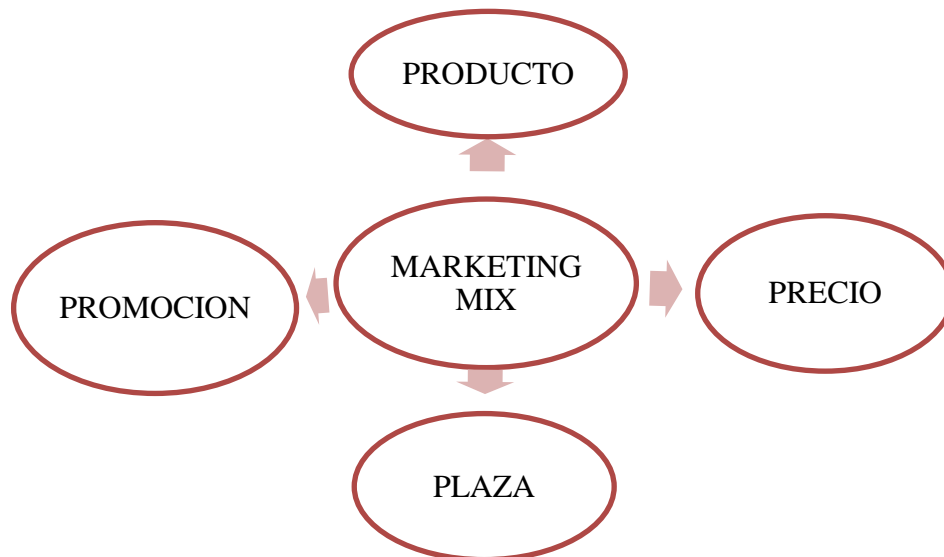


Figura 25. Marketing Mis (Las 4Ps). Adaptado de “Wikipedia”

Producto (Servicio)

Los servicios de recreación y entretenimiento que brindará *PlayKids* están orientados a satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de las familias del Cantón Azogues. El

servicio se vuelve tangible a raíz de la experiencia que tendrán nuestros clientes por ello es necesario que se ajuste a las siguientes características.

- Precios accesibles
- Calidad y seguridad del servicio
- Variedad de juegos inflables
- Parqueadero privado
- Sala de espera que brinde comodidad
- Personalización de fiestas infantiles
- Zona wifi
- Espacios debidamente señalizados

La estrategia del producto converge en la imagen de un centro de entretenimiento con una diversidad de áreas infantiles y un servicio de calidad óptimo alineado con los siguientes atributos:

- Crear un servicio de entretenimiento infantil diferenciado e innovador para el público infantil, garantizando la seguridad y bienestar de los clientes.
- Monitorear y controlar periódicamente los juegos e instalaciones de *PlayKids*.
- Preparación de los alimentos y bebidas bajo normas de calidad e higiene.

Precio

El precio establecido permitirá lograr la rentabilidad deseada del centro de entretenimiento infantil *PlayKids*, precio que deberá estar acorde al tipo de servicios que estamos proyectando y al ser un producto único e innovador en el Cantón Azogues se aplicará la estrategia del descremado de precio que implica entrar al mercado con un precio de nivel alto y obtener el mayor beneficio posible, a medida que ingresen nuevos competidores al mercado, los precios se irán ajustando.

Tabla 16
Precios de los servicios de PlayKids, en dólares

ESCENARIOS			
PRECIOS	OPTIMISTA	NORMAL	PESIMISTA

ENTRADA	4,10	3,5	2,90
FIESTAS INFANTILES (PRECIO X NIÑO)	11,11	8,33	5,56
CONSUMO PROMEDIO	3,60	3.05	2,50

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Plaza

PlayKids estará ubicado en la Parroquia Javier Loyola, específicamente en el Sector Zhullín junto a la autopista en una zona de fácil acceso para los clientes. Cuenta con seguridad desde el ingreso al parqueadero y con espacios debidamente estructurados para generar una experiencia visual extraordinaria.

Promoción y Publicidad

PlayKids es un centro de entretenimiento pionero en sus atributos y al estar en la etapa de introducción es importante generar presencia a través de los diferentes canales de comunicación tradicionales y digitales para llegar al público objetivo, por ello consideraremos las siguientes alternativas.

- **Expectativa:** Iniciamos el proceso de promoción un mes antes de la inauguración a través de la entrega de flyers informativos que incluirán tickets de descuento para el ingreso de dos o más niños.

- **Relaciones públicas:** Gestionar entrevistas en la gira de medios, considerando programas de noticias y farándula, además de boletines en medios de prensa digitales y escritos.

- **Inauguración:** Para la inauguración se realizarán invitaciones a personajes públicos y quienes tengan vinculación directa con el target como Docentes y personas influyentes para la rueda de prensa. Además se entregará souvenirs a niños, descuentos en bebidas y alimentos.

•**Campaña publicitaria:** El mensaje comunicacional que se transmitirá será asociado con el slogan del imago tipo: “tu zona divertida”, para ello se definirá un plan de contenidos para posts en canales digitales como Facebook, instagram y tiktok.

•**Patrocinios:** *PlayKids* estará presente en los eventos más representativos de la ciudad como: actos sociales, culturales, deportivos, infantiles, debido a que nos facilita la presencia de marca, refuerza el valor social del centro de entretenimiento infantil.

•**Gestión de clientes:** A través de email marketing, whatsapp y mensajes de texto se mantendrá activo el posicionamiento de *PlayKids* en los clientes con promociones y novedades.

•**Alianzas estratégicas:** Se gestionarán convenios para instituciones educativas, CNH, Centros de cuidado infantil, es decir accederán a precios especiales donde obtendrán un porcentaje de descuento en días con menor demanda de acuerdo al comportamiento del mercado.

•**Fechas especiales:** Se realizarán promociones para días especiales como día de la madre, día del niño, día de la familia entre otros, a esto se sumarán actividades de acuerdo a la ocasión que complementen la experiencia de la diversión infantil.

•**Personaje infantil:** En la etapa de crecimiento se desarrollará una mascota infantil que presidirá las diferentes activaciones según lo planificado.

Merchandising

Ser agradable a la vista, confortable y con detalles infantiles serán los principales objetivos de un merchandising exitoso jugando con acciones de retail marketing para crear

un ambiente exclusivo y de esta manera convertirse en el lugar preferido de los clientes. El conjunto de técnicas o estrategias que se aplicarán para la promoción del servicio dirigido a clientes potenciales de manera asertiva son:

- **Colores cálidos:** Son muy llamativos y estimulan la mente del consumidor, generaran gusto, interés, atracción ocasionando que el consumidor adquiera el servicio.
- **Banners, carteles:** La ubicación estratégica de banners y carteles dentro de *PlayKids*, es una de las principales técnicas del merchandising, es así que mientras mejor sea el diseño y ubicación de los mismos, los resultados obtenidos serán mayores.
- **Señalización:** Instalar adecuadamente de manera que permitan a los clientes ubicarse en las diferentes áreas del centro de entretenimiento infantil.
- **Diseño y distribución:** Las áreas están distribuidas estratégicamente con un diseño innovador a través de una adecuada iluminación, colores, limpieza, uniformes y decoración en general, logrando así crear una marca pionera en los clientes y con altas posibilidades de recompra.

Ventaja competitiva

PlayKids tiene varias ventajas competitivas frente a la competencia, mismas que se describen a continuación.

- Ser la primera empresa del Cantón Azogues que ofrecerá los servicios de juegos inflables para niños de dos a doce años.
- Garantizar la seguridad y calidad del servicio, *PlayKids* está enfocado en el cliente en satisfacer sus gustos y preferencias.
- No existe centros de entretenimiento infantil en el Cantón con las características de *PlayKids*, por lo que existirá una alta demanda.

- El comercio y turismo en los últimos años ha crecido notablemente en el Cantón Azogues, ocasionando que la ciudad incremente su economía; de esta manera existirá gran afluencia de clientes potenciales para *PlayKids*.
- Ubicación estratégica para mayor comodidad de los clientes.
- Atención personalizada con protocolos de atención que permitirán brindarle un servicio acorde a los requerimientos del mercado.
- Personal creativo

Imagen corporativa

Se considera fundamental tener un manual de imagen corporativa para *PlayKids*, mismo que permitirá definir las diferentes aplicaciones del imago tipo tanto en papelería, souvenirs y uniformes así como en un merchandising visualmente agradable e innovador.

Papelería básica

A continuación, se detalla la aplicación del imago tipo sobre la papelería corporativa para brindar una adecuada comunicación y sobre todo potenciar una imagen que respalde las acciones de marketing que se llevarán a cabo. (**Anexo 6**)

Uniformes

A continuación, se muestra la aplicación del logotipo sobre el uniforme de *PlayKids*, mismo que permitirá establecer o construir una marca reconocida en el consumidor. (**Anexo 7**)

Souvenirs

El centro de entretenimiento infantil considera fundamental contar con souvenirs, (material promocional) puesto que nos ayudará para permanecer en la mente del cliente, en

efecto lograremos posicionar imagen y marca de *PlayKids*, además de alcanzar su satisfacción haciéndoles sentir que son muy importantes para nosotros. (**Anexo 8**)

Conclusión Parcial

El estudio Técnico y Organizacional es fundamental debido a que nos permite determinar cuáles son los factores claves para el éxito de *PlayKids*. El tamaño del terreno es el adecuado para que la construcción de la edificación de *PlayKids* sea innovadora, con estilo moderno y junto con el paisaje de la urbe que resalta el mismo, la localización es ideal y un factor determinante para llegar a nuestro mercado objetivo puesto que su distancia es relativamente cerca del centro de la ciudad y la afluencia de clientes es alta. Estará ubicado en el Sector Autopista-Zhullin, dentro del mercado objetivo a cubrir, mismo que cuenta con todos los servicios básicos para su implementación. Por otra parte, en cuanto a la capacidad instalada de *PlayKids* nos otorgarían flexibilidad a los procesos del centro de entretenimiento infantil, puesto que son modernos y acorde a las expectativas que se pretenden cubrir.

La estructura organizacional se determinó en base a los diferentes procesos y actividades que se prestarán en el centro infantil, así como los procesos del área administrativa-contable; en efecto se determinó con claridad cuáles serán las actividades a cumplirse en los diferentes cargos, con responsabilidad absoluta. Además, se estableció los perfiles profesionales requeridos por la empresa para los diferentes cargos. La Empresa estará conformada por 1 accionista y el propietario.

CAPÍTULO 5

Viabilidad Económica y Financiera

El estudio de la viabilidad económica y financiera considerado otro aspecto importante y esencial para la evaluación de un negocio. Tiene como finalidad analizar las alternativas de apalancamiento financiero, evaluar el potencial económico, capacidad de pago para el cumplimiento puntual de los mismos y generar beneficios del negocio que se va a implementar. En efecto es la parte final de la planificación de un proyecto con la cual determinamos la rentabilidad y viabilidad del mismo dentro del horizonte establecido a partir del cálculo de diferentes indicadores financieros.

Inversión

La inversión que se requiere para la puesta en marcha de *PlayKids* es la que se detalla a continuación.

Terreno

Para la implementación de *PlayKids* es necesario contar con un terreno de 850m², mismo que tiene un costo aproximado de \$46750.

Infraestructura

Para la edificación de *PlayKids* se requiere una inversión de \$200.690,65.

Tabla 17

Edificación

Cantidad/m2	Inmovilizado	Precio Unitario	Precio Total
35	Oficinas administrativas	\$ 150,00	\$ 5.250,00
65	Área para fiestas	\$ 155,00	\$ 10.075,00
125	Área de juegos	\$ 210,00	\$ 26.250,00
5	Boletería	\$ 175,00	\$ 875,00
25	Área de descanso	\$ 120,00	\$ 3.000,00
70	patio de comidas	\$ 125,00	\$ 8.750,00
120	Parqueadero	\$ 30,00	\$ 3.600,00
300	Diseños exteriores	\$ 30,00	\$ 9.000,00
10	Baños	\$ 280,00	\$ 2.800,00
95	Cerramiento	\$ 48,00	\$ 4.560,00
162	Cancha	\$ 55,00	\$ 8.910,00
TOTAL			\$ 83.070,00

Equipamiento

A continuación se muestra el costo total de la maquinaria y herramienta necesaria para la puesta en marcha del centro de entretenimiento infantil *PlayKids*.

Tabla 18

Equipo y Herramientas

Descripción	Costo Total
Equipo y herramientas oficinas de administración	\$ 481,98
Equipos y herramientas del salón de fiestas	\$ 2.369,26
Equipos y herramientas del patio de comidas	\$ 4.785,84
Equipos y herramientas área de esparcimiento	\$ 574,98
Equipos y herramientas área de enfermería	\$ 444,00
Equipos y herramientas área boletería	\$ 520,00
Total	\$ 9.176,06

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Inversión Fija

La inversión fija necesaria para la implementación del negocio tiene un costo aproximado de \$ 163.528,39, mismo que se muestra en la tabla #19.

Tabla 19

Inversión Fija

Descripción Activo	Costo Total
Terreno	\$ 46.750,00
Edificio	\$ 83.070,00
Equipos y herramientas	\$ 9.176,06
Muebles y Enseres	\$ 5.734,39
Equipos de computo	\$ 3.092,94
Equipos de oficina	\$ 705,00
Vehículo	\$ 15.000,00
Total	\$ 163.528,39

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Inversión Diferida

Los gastos de constitución y registro necesarios para el proyecto tienen un costo aproximado de \$1.387,00 y se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 20

Inversión Diferida

Descripción	Costo Total
Gastos notariales	\$ 50,00
Escritura publica	\$ 180,00
Gastos de registro	\$ 85,00
Trámites municipales	\$ 150,00
Tramites cuerpo de Bomberos	\$ 1,00
Tramites SRI	\$ 35,00
Gastos de Publicidad pre operativa	\$ 500,00
Varios/Otros	\$ 180,00
Total	\$ 1.181,00

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Capital de Operación

A continuación se detalla los recursos que son necesarios para que *PlayKids* pueda operar, además se consideró un lapso de 90 días de operación en el centro de entretenimiento infantil, tiempo necesario para atacar nuestro mercado objetivo logrando captar clientes para garantizar su auto sostenibilidad.

Tabla 21
Capital de Operación

Detalle	Costo Anual	Capital de Operación
Mano de obra Directa	\$30.859,44	\$ 6.171,89
Mano de obra indirecta	\$ 8.149,50	\$ 1.629,90
Sueldos y Salarios personal Administrativo	\$39.226,26	\$ 7.845,25
Sueldos y Salarios personal de ventas	\$12.169,92	\$ 2.433,98
Materia Prima	\$ 63.720,00	\$ 12.744,00
Materiales	\$ 7.560,00	\$ 1.512,00
Insumos	\$ 9.083,30	\$ 1.816,66
Gastos de mantenimiento	\$ 2.254,41	\$ 450,88
Gastos de Publicidad y propaganda	\$ 6.260,00	\$ 1.252,00
Útiles de oficina	\$ 355,95	\$ 71,19
Souvenirs	\$ 267,50	\$ 53,50
Total		\$ 35.981,26

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Inversión Total

La inversión total requerida para la puesta en marcha del centro de entretenimiento infantil *PlayKids* asciende a \$200.690,65.

Tabla 22
Inversión Total

Detalle	Costo Total
Inversión Fija	\$ 163.528,39
Inversión Diferida	\$ 1.181,00
Capital de Operación	\$ 35.981,26
Total	\$ 200.690,65

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Financiamiento

Para la implementación del centro de entretenimiento infantil es necesario adquirir un préstamo bancario, el mismo que se realizará en BAN ECUADOR por un total de \$160.553,00, para un plazo de 5 años con una tasa de interés del 10,21%, cabe indicar que dicho Banco es uno de los más rentables para obtener un microcrédito debido a que tienen las tasas de interés más bajas en el mercado Financiero. (Ver Anexo 9)

Tabla 23

Financiamiento

Fuentes	de %	Inversión Total
Financiamiento		
Aporte de Socios	20%	\$ 40.138,13
Préstamo Bancario	80%	\$ 160.552,52
Total		\$ 200.690,65

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Presupuesto de Ingresos

A continuación, se detalla las expectativas de venta de *PlayKids* para el horizonte planteado, mismo que se analizara en 3 escenarios como son: normal, pesimista y optimista con los siguientes supuestos.

- Se tendrá una mayor acogida en el centro de entretenimiento infantil *PlayKids* los días jueves, viernes, sábado y domingo, mismos que son considerados como días efectivos por semana, en efecto un total de 16 días al mes.
- Según los resultados del estudio de mercado por cada familia que asiste a un centro de entretenimiento (parques o plazas) estarán acompañados de un promedio de 1,95 niños.
- El precio de entrada a *PlayKids* por niño en un escenario normal es de \$3,50, en el pesimista de \$2,90 y en el optimista de \$4,10.

- Se estima un consumo promedio por persona de \$3,05 en el escenario normal, \$2,50 en el pesimista y de \$3,60 en el optimista.
- Se estima el alquiler del salón de eventos por 36 veces durante el año, con una asistencia aproximada de 50 niños invitados por fiesta.
- El ingreso por alquiler del salón de eventos para fiestas será de \$300 en el escenario normal, \$200 en el pesimista y de \$400 en el optimista.
- Se realiza la proyección de ventas a una tasa de crecimiento del 5% anual.
- Se realiza la proyección de gastos a una tasa del 3,5% anual.

A continuación, se detalla la estimación de ingresos por concepto de entradas, consumo y alquiler de salón de fiestas en los 3 escenarios planteados.

Tabla 24

Estimación ingresos escenario normal

En dólares

Servicio/Producto	Cantidad	Precio de Venta	Total anual
Entradas	31024	\$ 3,50	\$ 108.582,29
Consumo	52740	\$ 3,05	\$ 160.856,91
Alquiler salón de fiestas	36	\$ 300,00	\$ 10.800,00
Total de Ingresos			\$ 280.239,19

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Tabla 25***Estimación ingresos escenario pesimista******En dólares***

Servicio/Producto	Cantidad	Precio de Venta	Total anual
Entradas	31024	\$ 2,90	\$ 89.968,18
Consumo	52740	\$ 2,50	\$ 131.849,92
Alquiler salón de fiestas	36	\$ 200,00	\$ 7.200,00
Total, de Ingresos			\$ 229.018,11

*Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”***Tabla 26*****Estimación ingresos escenario optimista******En dólares***

Servicio/Producto	Cantidad	Precio de Venta	Total anual
Entradas	31024	\$ 4,10	\$ 127.196,40
Consumo	52740	\$ 3,60	\$ 189.863,89
Alquiler salón de fiestas	36	\$ 400,00	\$ 14.400,00
Total de Ingresos			\$ 331.460,28

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Aplicando los precios establecidos en la tabla #16 y el crecimiento en las ventas del 5% se obtuvo el presupuesto anual en los 3 escenarios.

Tabla 27***Presupuesto ingresos escenario normal******En dólares***

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Entradas	\$108.582,29	\$114.011,40	\$119.711,97	\$125.697,57	\$131.982,45	\$138.581,57	\$145.510,65	\$152.786,19	\$160.425,49	\$168.446,77
Consumo	\$160.856,91	\$168.899,75	\$177.344,74	\$186.211,98	\$195.522,57	\$205.298,70	\$215.563,64	\$226.341,82	\$237.658,91	\$249.541,86
Alquiler salón de fiestas	\$ 10.800,00	\$ 11.340,00	\$ 11.907,00	\$ 12.502,35	\$ 13.127,47	\$ 13.783,84	\$ 14.473,03	\$ 15.196,68	\$ 15.956,52	\$ 16.754,34
Total de ingresos	\$280.239,19	\$294.251,15	\$308.963,71	\$324.411,90	\$340.632,49	\$357.664,12	\$375.547,32	\$394.324,69	\$414.040,92	\$434.742,97

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Tabla 28***Presupuesto ingresos escenario pesimista******En dólares***

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Entradas	\$ 89.968,18	\$ 94.466,59	\$ 99.189,92	\$104.149,42	\$109.356,89	\$114.824,73	\$120.565,97	\$126.594,27	\$132.923,98	\$139.570,18
Consumo	\$131.849,92	\$138.442,42	\$145.364,54	\$152.632,77	\$160.264,41	\$168.277,63	\$176.691,51	\$185.526,08	\$194.802,39	\$204.542,51
Alquiler salón de fiestas	\$ 7.200,00	\$ 7.560,00	\$ 7.938,00	\$ 8.334,90	\$ 8.751,65	\$ 9.189,23	\$ 9.648,69	\$ 10.131,12	\$ 10.637,68	\$ 11.169,56
Total de ingresos	\$229.018,11	\$240.469,01	\$252.492,46	\$265.117,08	\$278.372,94	\$292.291,59	\$306.906,16	\$322.251,47	\$338.364,05	\$355.282,25

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Presupuesto de Gastos

Tabla 29

Gastos Proyectados

En dólares

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Costo de producción										
Materia prima	\$ 63.720,00	\$ 65.950,20	\$ 68.258,46	\$ 70.647,50	\$ 73.120,17	\$ 75.679,37	\$ 78.328,15	\$ 81.069,63	\$ 83.907,07	\$ 86.843,82
Materiales	\$ 7.560,00	\$ 7.824,60	\$ 8.098,46	\$ 8.381,91	\$ 8.675,27	\$ 8.978,91	\$ 9.293,17	\$ 9.618,43	\$ 9.955,08	\$ 10.303,50
Mano de obra directa	\$ 30.859,44	\$ 31.939,52	\$ 33.057,40	\$ 34.214,41	\$ 35.411,92	\$ 36.651,33	\$ 37.934,13	\$ 39.261,83	\$ 40.635,99	\$ 42.058,25
Mano de obra indirecta	\$ 8.149,50	\$ 8.434,73	\$ 8.729,95	\$ 9.035,50	\$ 9.351,74	\$ 9.679,05	\$ 10.017,82	\$ 10.368,44	\$ 10.731,34	\$ 11.106,93
Insumos	\$ 9.083,30	\$ 9.401,22	\$ 9.730,26	\$ 10.070,82	\$ 10.423,30	\$ 10.788,11	\$ 11.165,69	\$ 11.556,49	\$ 11.960,97	\$ 12.379,61
Gastos de mantenimiento	\$ 2.254,41	\$ 2.333,32	\$ 2.414,98	\$ 2.499,51	\$ 2.586,99	\$ 2.677,54	\$ 2.771,25	\$ 2.868,24	\$ 2.968,63	\$ 3.072,53
Gastos de depreciación	\$ 9.816,53	\$ 9.816,53	\$ 9.816,53	\$ 8.785,55	\$ 8.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55
Total de costos de producción	\$131.443,18	\$135.700,11	\$140.106,04	\$143.635,19	\$148.354,93	\$150.239,86	\$155.295,76	\$160.528,61	\$165.944,62	\$171.550,19
Gastos Administrativos										
Sueldos y salarios	\$ 39.226,26	\$ 40.599,18	\$ 42.020,15	\$ 43.490,86	\$ 45.013,04	\$ 46.588,49	\$ 48.219,09	\$ 49.906,76	\$ 51.653,49	\$ 53.461,37
Gastos útiles de oficina	\$ 355,95	\$ 368,41	\$ 381,30	\$ 394,65	\$ 408,46	\$ 422,76	\$ 437,55	\$ 452,87	\$ 468,72	\$ 485,12
Gastos de Amortización	\$ 236,20	\$ 236,20	\$ 236,20	\$ 236,20	\$ 236,20					
Total Gastos Administrativos	\$ 39.818,41	\$ 41.203,79	\$ 42.637,65	\$ 44.121,70	\$ 45.657,70	\$ 47.011,25	\$ 48.656,64	\$ 50.359,62	\$ 52.122,21	\$ 53.946,49
Gastos de Venta										

Sueldos y Salarios	\$ 12.169,92	\$ 12.595,87	\$ 13.036,72	\$ 13.493,01	\$ 13.965,26	\$ 14.454,05	\$ 14.959,94	\$ 15.483,54	\$ 16.025,46	\$ 16.586,35
Gastos Pub/propaganda	\$ 6.260,00	\$ 6.479,10	\$ 6.705,87	\$ 6.940,57	\$ 7.183,49	\$ 7.434,92	\$ 7.695,14	\$ 7.964,47	\$ 8.243,22	\$ 8.531,74
Gastos Souvenirs	\$ 267,50	\$ 276,86	\$ 286,55	\$ 296,58	\$ 306,96	\$ 317,71	\$ 328,83	\$ 340,33	\$ 352,25	\$ 364,58
Total Gastos de Venta	\$ 18.697,42	\$ 19.351,83	\$ 20.029,14	\$ 20.730,16	\$ 21.455,72	\$ 22.206,67	\$ 22.983,90	\$ 23.788,34	\$ 24.620,93	\$ 25.482,66
Total de Gastos	\$189.959,01	\$196.255,73	\$202.772,83	\$208.487,06	\$215.468,34	\$219.457,77	\$226.936,30	\$234.676,58	\$242.687,76	\$250.979,34

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Punto de Equilibrio

En nuestro caso *PlayKids* es una empresa multiproducto, ofrece varios servicios como son: alquiler de salón de fiestas, patio de comidas y el entretenimiento en los diversos juegos, lo que genera que cada servicio/producto tenga su propio costo variable, precio de venta, tasa de participación, margen de contribución marginal, por ende, para su cálculo se aplicó el método de margen de contribución ponderado (Pere, 2009).

Punto de Equilibrio escenario normal

Tabla 30

Punto de equilibrio Multiproducto

Servicio/producto	Entradas	Consumo	Salón/fiestas
Ventas presupuestadas	\$108.582,29	\$160.856,91	\$10.800,00
Porcentaje de participación	38,75%	57,40%	3,85%
Precio de venta (USD)	\$3,50	\$3,05	8,33
Costo variable unitario (USD)	0,62	1,41	2,93
Margen de contribución marginal de cada servicio/producto (USD)	2,88	1,64	5,41
Margen de contribución ponderado de cada servicio/producto (USD)	1,11	0,94	0,21
Total margen contribución ponderado (USD)		2,26	
Costos fijos totales		97.661,86	
Punto de equilibrio=(Costos Fijos Totales/Contribución marginal ponderada Total)		43.135	
Unidades A (Punto de Equilibrio)		16.713	
Unidades B (Punto de Equilibrio)		24.759	
Unidades C (Punto de Equilibrio)		1.662	
Punto de equilibrio A (USD)		58.496	
Punto de equilibrio B (USD)		75.515	
Punto de equilibrio C (USD)		13.853	

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Punto de Equilibrio escenario pesimista

Tabla 31

Punto de equilibrio Multiproducto

Servicio/producto	Entradas	Consumo	Salón/fiestas
Ventas presupuestadas	\$89.968,18	\$131.849,92	\$7.200,00
Porcentaje de participación	38,75%	57,40%	3,85%
Precio de venta (USD)	\$ 2,90	\$ 2,50	\$ 5,56
Costo variable unitario (USD)	\$0,62	\$1,16	\$1,95
Margen de contribución marginal de cada servicio/producto (USD)	\$2,28	\$1,34	\$3,60
Margen de contribución ponderado de cada servicio/producto (USD)	\$0,88	\$0,77	\$0,14
Total margen contribución ponderado (USD)		\$1,79	
Costos fijos totales		101317,22	
Punto de equilibrio=(Costos Fijos		56.526,85	
Totales/Contribución marginal ponderada Total)			
Unidades A (Punto de Equilibrio)		21.902	
Unidades B (Punto de Equilibrio)		32.446	
Unidades C (Punto de Equilibrio)		2.178	
Punto de equilibrio A (USD)		63.516	
Punto de equilibrio B (USD)		81.116	
Punto de equilibrio C (USD)		12.103	

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Punto de Equilibrio escenario optimista

Tabla 32
Punto de equilibrio Multiproducto

Servicio/producto	Entradas	Consumo	Salón/fiestas
Ventas presupuestadas	\$127.196,40	\$189.863,89	\$14.400,00
Porcentaje de participación	0,41	0,55	0,04
Precio de venta (USD)	410,00%	360,00%	1111,11%
Costo variable unitario (USD)	\$0,62	\$1,66	3,90
Margen de contribución marginal de cada servicio/producto (USD)	3,48	1,94	7,21
Margen de contribución ponderado de cada servicio/producto (USD)	1,43	1,06	0,29
Total margen de contribución ponderad(USD)		2,78	
Costos fijos totales		92316,9702	
Punto de equilibrio=(Costos Fijos		33.177,08	
Totales/Contribución marginal ponderada Total)			
Unidades A (Punto de Equilibrio)		13.655	
Unidades B (Punto de Equilibrio)		18.184	
Unidades C (Punto de Equilibrio)		1.339	
Punto de equilibrio A (USD)		55.983	
Punto de equilibrio B (USD)		65.461	
Punto de equilibrio C (USD)		14.878	

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Estados de Resultado proyectado

Tabla 33

Estados de Resultados proyectados de PlayKids escenario normal

En dólares

Cuentas	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos	\$ 280.239,19	\$ 294.251,15	\$ 308.963,71	\$ 324.411,90	\$ 340.632,49	\$ 357.664,12	\$ 375.547,32	\$ 394.324,69	\$ 414.040,92	\$ 434.742,97
-Costos de Operación										
Materia prima	\$ 63.720,00	\$ 65.950,20	\$ 68.258,46	\$ 70.647,50	\$ 73.120,17	\$ 75.679,37	\$ 78.328,15	\$ 81.069,63	\$ 83.907,07	\$ 86.843,82
Materiales	\$ 7.560,00	\$ 7.824,60	\$ 8.098,46	\$ 8.381,91	\$ 8.675,27	\$ 8.978,91	\$ 9.293,17	\$ 9.618,43	\$ 9.955,08	\$ 10.303,50
Mano de Obra Directa	\$ 30.859,44	\$ 31.939,52	\$ 33.057,40	\$ 34.214,41	\$ 35.411,92	\$ 36.651,33	\$ 37.934,13	\$ 39.261,83	\$ 40.635,99	\$ 42.058,25
Mano de Obra Indirecta	\$ 8.149,50	\$ 8.434,73	\$ 8.729,95	\$ 9.035,50	\$ 9.351,74	\$ 9.679,05	\$ 10.017,82	\$ 10.368,44	\$ 10.731,34	\$ 11.106,93
Insumos	\$ 9.083,30	\$ 9.401,22	\$ 9.730,26	\$ 10.070,82	\$ 10.423,30	\$ 10.788,11	\$ 11.165,69	\$ 11.556,49	\$ 11.960,97	\$ 12.379,61
Gastos Mantenimiento	\$ 2.254,41	\$ 2.333,32	\$ 2.414,98	\$ 2.499,51	\$ 2.586,99	\$ 2.677,54	\$ 2.771,25	\$ 2.868,24	\$ 2.968,63	\$ 3.072,53
Gastos de Amortización	\$ 236,20	\$ 472,40	\$ 708,60	\$ 944,80	\$ 1.181,00					
Gastos de Depreciación	\$ 9.816,53	\$ 9.816,53	\$ 9.816,53	\$ 8.785,55	\$ 8.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 148.559,82	\$ 158.078,64	\$ 168.149,08	\$ 179.831,91	\$ 191.096,57	\$ 207.424,26	\$ 220.251,57	\$ 233.796,08	\$ 248.096,30	\$ 263.192,78
Gastos										
-Gastos Administrativos	\$ 39.818,41	\$ 41.203,79	\$ 42.637,65	\$ 44.121,70	\$ 45.657,70	\$ 47.011,25	\$ 48.656,64	\$ 50.359,62	\$ 52.122,21	\$ 53.946,49
-Gastos de Venta	\$ 18.697,42	\$ 19.351,83	\$ 20.029,14	\$ 20.730,16	\$ 21.455,72	\$ 22.206,67	\$ 22.983,90	\$ 23.788,34	\$ 24.620,93	\$ 25.482,66
-Gastos Financieros	\$ 16.392,41	\$ 13.718,58	\$ 10.771,74	\$ 7.524,04	\$ 3.944,74					
=Utilidad antes de participación e impuestos	\$ 73.651,57	\$ 83.804,45	\$ 94.710,54	\$ 107.456,00	\$ 120.038,41	\$ 138.206,34	\$ 148.611,02	\$ 159.648,11	\$ 171.353,16	\$ 183.763,63

- Participación a trabajadores 15%	\$ 11.047,74	\$ 12.570,67	\$ 14.206,58	\$ 16.118,40	\$ 18.005,76	\$ 20.730,95	\$ 22.291,65	\$ 23.947,22	\$ 25.702,97	\$ 27.564,54
Utilidad antes de impuestos	\$ 62.603,84	\$ 71.233,78	\$ 80.503,96	\$ 91.337,60	\$ 102.032,65	\$ 117.475,39	\$ 126.319,37	\$ 135.700,89	\$ 145.650,19	\$ 156.199,08
-Imp a la renta 25%	\$ 15.650,96	\$ 17.808,45	\$ 20.125,99	\$ 22.834,40	\$ 25.508,16	\$ 29.368,85	\$ 31.579,84	\$ 33.925,22	\$ 36.412,55	\$ 39.049,77
Utilidad Neta	\$ 46.952,88	\$ 53.425,34	\$ 60.377,97	\$ 68.503,20	\$ 76.524,48	\$ 88.106,54	\$ 94.739,53	\$ 101.775,67	\$ 109.237,64	\$ 117.149,31

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Tabla 34

Estados de Resultados proyectados de PlayKids escenario pesimista

En dólares

Cuentas	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos	\$ 229.018,11	\$ 240.469,01	\$ 252.492,46	\$ 265.117,08	\$ 278.372,94	\$ 292.291,59	\$ 306.906,16	\$ 322.251,47	\$ 338.364,05	\$ 355.282,25
-Costos de Operación										
Materia prima	\$ 63.720,00	\$ 65.950,20	\$ 68.258,46	\$ 70.647,50	\$ 73.120,17	\$ 75.679,37	\$ 78.328,15	\$ 81.069,63	\$ 83.907,07	\$ 86.843,82
Materiales	\$ 7.560,00	\$ 7.824,60	\$ 8.098,46	\$ 8.381,91	\$ 8.675,27	\$ 8.978,91	\$ 9.293,17	\$ 9.618,43	\$ 9.955,08	\$ 10.303,50
Mano de Obra Directa	\$ 30.859,44	\$ 31.939,52	\$ 33.057,40	\$ 34.214,41	\$ 35.411,92	\$ 36.651,33	\$ 37.934,13	\$ 39.261,83	\$ 40.635,99	\$ 42.058,25
Mano de Obra Indirecta	\$ 8.149,50	\$ 8.434,73	\$ 8.729,95	\$ 9.035,50	\$ 9.351,74	\$ 9.679,05	\$ 10.017,82	\$ 10.368,44	\$ 10.731,34	\$ 11.106,93
Insumos	\$ 9.083,30	\$ 9.401,22	\$ 9.730,26	\$ 10.070,82	\$ 10.423,30	\$ 10.788,11	\$ 11.165,69	\$ 11.556,49	\$ 11.960,97	\$ 12.379,61
Gastos de Mantenimiento	\$ 2.254,41	\$ 2.333,32	\$ 2.414,98	\$ 2.499,51	\$ 2.586,99	\$ 2.677,54	\$ 2.771,25	\$ 2.868,24	\$ 2.968,63	\$ 3.072,53
Gastos de Amortización	\$ 236,20	\$ 472,40	\$ 708,60	\$ 944,80	\$ 1.181,00					
Gastos de Depreciación	\$ 9.816,53	\$ 9.816,53	\$ 9.816,53	\$ 8.785,55	\$ 8.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 97.338,73	\$ 104.296,50	\$ 111.677,82	\$ 120.537,09	\$ 128.837,01	\$ 142.051,73	\$ 151.610,41	\$ 161.722,86	\$ 172.419,42	\$ 183.732,06
Gastos										
-Gastos Administrativos	\$ 39.818,41	\$ 41.203,79	\$ 42.637,65	\$ 44.121,70	\$ 45.657,70	\$ 47.011,25	\$ 48.656,64	\$ 50.359,62	\$ 52.122,21	\$ 53.946,49
-Gastos de Venta	\$ 18.697,42	\$ 19.351,83	\$ 20.029,14	\$ 20.730,16	\$ 21.455,72	\$ 22.206,67	\$ 22.983,90	\$ 23.788,34	\$ 24.620,93	\$ 25.482,66
-Gastos Financieros	\$ 16.479,74	\$ 13.791,66	\$ 10.829,13	\$ 7.564,12	\$ 3.965,76					
=Utilidad antes de participación e impuestos	\$ 22.343,15	\$ 29.949,22	\$ 38.181,90	\$ 48.121,10	\$ 57.757,84	\$ 72.833,81	\$ 79.969,86	\$ 87.574,89	\$ 95.676,28	\$ 104.302,91

- Participación a trabajadores 15%	\$ 3.351,47	\$ 4.492,38	\$ 5.727,28	\$ 7.218,17	\$ 8.663,68	\$ 10.925,07	\$ 11.995,48	\$ 13.136,23	\$ 14.351,44	\$ 15.645,44
Utilidad antes de impuestos	\$ 18.991,68	\$ 25.456,84	\$ 32.454,61	\$ 40.902,94	\$ 49.094,16	\$ 61.908,74	\$ 67.974,38	\$ 74.438,66	\$ 81.324,84	\$ 88.657,47
-Impuesto a la renta 25%	\$ 4.747,92	\$ 6.364,21	\$ 8.113,65	\$ 10.225,73	\$ 12.273,54	\$ 15.477,18	\$ 16.993,60	\$ 18.609,66	\$ 20.331,21	\$ 22.164,37
Utilidad Neta	\$ 14.243,76	\$ 19.092,63	\$ 24.340,96	\$ 30.677,20	\$ 36.820,62	\$ 46.431,55	\$ 50.980,79	\$ 55.828,99	\$ 60.993,63	\$ 66.493,10

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Tabla 35

Estados de Resultados proyectados de PlayKids escenario optimista
En dólares

Cuentas	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos	\$ 331.460,28	\$ 348.033,30	\$ 365.434,96	\$ 383.706,71	\$ 402.892,05	\$ 423.036,65	\$ 444.188,48	\$ 466.397,91	\$ 489.717,80	\$ 514.203,69
-Costos de Operación										
Materia prima	\$ 63.720,00	\$ 65.950,20	\$ 68.258,46	\$ 70.647,50	\$ 73.120,17	\$ 75.679,37	\$ 78.328,15	\$ 81.069,63	\$ 83.907,07	\$ 86.843,82
Materiales	\$ 7.560,00	\$ 7.824,60	\$ 8.098,46	\$ 8.381,91	\$ 8.675,27	\$ 8.978,91	\$ 9.293,17	\$ 9.618,43	\$ 9.955,08	\$ 10.303,50
Mano de Obra Directa	\$ 30.859,44	\$ 31.939,52	\$ 33.057,40	\$ 34.214,41	\$ 35.411,92	\$ 36.651,33	\$ 37.934,13	\$ 39.261,83	\$ 40.635,99	\$ 42.058,25
Mano de Obra Indirecta	\$ 8.149,50	\$ 8.434,73	\$ 8.729,95	\$ 9.035,50	\$ 9.351,74	\$ 9.679,05	\$ 10.017,82	\$ 10.368,44	\$ 10.731,34	\$ 11.106,93
Insumos	\$ 9.083,30	\$ 9.401,22	\$ 9.730,26	\$ 10.070,82	\$ 10.423,30	\$ 10.788,11	\$ 11.165,69	\$ 11.556,49	\$ 11.960,97	\$ 12.379,61
Gastos de Mantenimiento	\$ 2.254,41	\$ 2.333,32	\$ 2.414,98	\$ 2.499,51	\$ 2.586,99	\$ 2.677,54	\$ 2.771,25	\$ 2.868,24	\$ 2.968,63	\$ 3.072,53
Gastos de Amortización	\$ 236,20	\$ 472,40	\$ 708,60	\$ 944,80	\$ 1.181,00					
Gastos de Depreciación	\$ 9.816,53	\$ 9.816,53	\$ 9.816,53	\$ 8.785,55	\$ 8.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 199.780,91	\$ 211.860,79	\$ 224.620,33	\$ 239.126,72	\$ 253.356,12	\$ 272.796,79	\$ 288.892,73	\$ 305.869,29	\$ 323.773,18	\$ 342.653,50
Gastos										
-Gastos Administrativos	\$ 39.818,41	\$ 41.203,79	\$ 42.637,65	\$ 44.121,70	\$ 45.657,70	\$ 47.011,25	\$ 48.656,64	\$ 50.359,62	\$ 52.122,21	\$ 53.946,49
-Gastos de Venta	\$ 18.697,42	\$ 19.351,83	\$ 20.029,14	\$ 20.730,16	\$ 21.455,72	\$ 22.206,67	\$ 22.983,90	\$ 23.788,34	\$ 24.620,93	\$ 25.482,66
-Gastos Financieros	\$ 16.538,51	\$ 13.840,84	\$ 10.867,75	\$ 7.591,10	\$ 3.979,90					
=Utilidad antes de participación e impuestos	\$ 124.726,57	\$ 137.464,33	\$ 151.085,79	\$ 166.683,76	\$ 182.262,81	\$ 203.578,88	\$ 217.252,18	\$ 231.721,33	\$ 247.030,04	\$ 263.224,35
- Participación a trabajadores 15%	\$ 18.708,99	\$ 20.619,65	\$ 22.662,87	\$ 25.002,56	\$ 27.339,42	\$ 30.536,83	\$ 32.587,83	\$ 34.758,20	\$ 37.054,51	\$ 39.483,65

Utilidad antes de impuesto	\$ 106.017,58	\$ 116.844,68	\$ 128.422,92	\$ 141.681,20	\$ 154.923,38	\$ 173.042,04	\$ 184.664,35	\$ 196.963,13	\$ 209.975,53	\$ 223.740,70
-Impuesto a la renta 25%	\$ 26.504,40	\$ 29.211,17	\$ 32.105,73	\$ 35.420,30	\$ 38.730,85	\$ 43.260,51	\$ 46.166,09	\$ 49.240,78	\$ 52.493,88	\$ 55.935,17
Utilidad Neta	\$ 79.513,19	\$ 87.633,51	\$ 96.317,19	\$ 106.260,90	\$ 116.192,54	\$ 129.781,53	\$ 138.498,27	\$ 147.722,35	\$ 157.481,65	\$ 167.805,52

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Balance general proyectado

Tabla 36

Balance General proyectado de PlayKids

En dólares

Cuentas	Inicial	AÑOS										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Activos												
Activo Corriente												
Caja	\$ 35.981,26	\$ 104.350,60	\$ 92.013,55	\$ 77.209,84	\$ 56.207,12	\$ 34.614,08	\$ 36.981,69	\$ 49.400,21	\$ 62.221,90	\$ 75.469,42	\$ 89.166,63	
Total Activo	\$ 35.981,26	\$ 104.350,60	\$ 92.013,55	\$ 77.209,84	\$ 56.207,12	\$ 34.614,08	\$ 36.981,69	\$ 49.400,21	\$ 62.221,90	\$ 75.469,42	\$ 89.166,63	
Corriente												
Activo Fijo												
Terreno	\$ 46.750,00	\$ 46.750,00	\$ 46.750,00	\$ 46.750,00	\$ 46.750,00	\$ 46.750,00	\$ 46.750,00	\$ 46.750,00	\$ 46.750,00	\$ 46.750,00	\$ 46.750,00	
Edificio	\$ 83.070,00	\$ 83.070,00	\$ 83.070,00	\$ 83.070,00	\$ 83.070,00	\$ 83.070,00	\$ 83.070,00	\$ 83.070,00	\$ 83.070,00	\$ 83.070,00	\$ 83.070,00	
Dep. Acumulada Edificio		-\$ 4.153,50	-\$ 8.307,00	-\$ 12.460,50	-\$ 16.614,00	-\$ 20.767,50	-\$ 24.921,00	-\$ 29.074,50	-\$ 33.228,00	-\$ 37.381,50	-\$ 41.535,00	
Herramientas y Equipo	\$ 9.176,06	\$ 9.176,06	\$ 9.176,06	\$ 9.176,06	\$ 9.176,06	\$ 9.176,06	\$ 9.176,06	\$ 9.176,06	\$ 9.176,06	\$ 9.176,06	\$ 9.176,06	
Dep. Acumulada Herramienta y Equipo		-\$ 917,61	-\$ 1.835,21	-\$ 2.752,82	-\$ 3.670,42	-\$ 4.588,03	-\$ 5.505,64	-\$ 6.423,24	-\$ 7.340,85	-\$ 8.258,45	-\$ 9.176,06	
Muebles y Enseres	\$ 5.734,39	\$ 5.734,39	\$ 5.734,39	\$ 5.734,39	\$ 5.734,39	\$ 5.734,39	\$ 5.734,39	\$ 5.734,39	\$ 5.734,39	\$ 5.734,39	\$ 5.734,39	
Dep. Acumulada Muebles y Enseres		-\$ 573,44	-\$ 1.146,88	-\$ 1.720,32	-\$ 2.293,76	-\$ 2.867,20	-\$ 3.440,63	-\$ 4.014,07	-\$ 4.587,51	-\$ 5.160,95	-\$ 5.734,39	
Equipos de Computo	\$ 3.092,94	\$ 3.092,94	\$ 3.092,94	\$ 3.092,94	\$ 3.092,94	\$ 3.092,94	\$ 3.092,94	\$ 3.092,94	\$ 3.092,94	\$ 3.092,94	\$ 3.092,94	
Dep. Acumulada Equipos de computo		-\$ 1.030,98	-\$ 2.061,96	-\$ 3.092,94								
Equipos de Oficina	\$ 705,00	\$ 705,00	\$ 705,00	\$ 705,00	\$ 705,00	\$ 705,00	\$ 705,00	\$ 705,00	\$ 705,00	\$ 705,00	\$ 705,00	
Dep. Acumulada Equipos de oficina		-\$ 141,00	-\$ 282,00	-\$ 423,00	-\$ 564,00	-\$ 705,00	-\$ 846,00	-\$ 987,00	-\$ 1.128,00	-\$ 1.269,00	-\$ 1.410,00	

Vehículo	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Dep. Acumulada		-\$ 3.000,00	-\$ 6.000,00	-\$ 9.000,00	-\$ 12.000,00	-\$ 15.000,00						
Vehículos												
Total Activos Fijos	\$ 163.528,39	\$ 153.711,87	\$ 143.895,34	\$ 134.078,82	\$ 128.386,21	\$ 119.600,67	\$ 128.815,12	\$ 123.029,58	\$ 117.244,03	\$ 111.458,49	\$ 105.672,94	
Activo Diferido												
Gastos constitución.	\$ 1.181,00	\$ 1.181,00	\$ 1.181,00	\$ 1.181,00	\$ 1.181,00	\$ 1.181,00						
Inv diferida												
Amort Gastos de constitución		\$-236,2	\$-472,4	\$-708,6	\$-944,8	\$-1181						
Total Activo Diferido	\$ 1.181,00	\$ 944,80	\$ 708,60	\$ 472,40	\$ 236,20	\$ -						
Total Activo	\$ 200.690,65	\$ 259.007,26	\$ 236.617,49	\$ 211.761,06	\$ 184.829,53	\$ 154.214,75	\$ 165.796,81	\$ 172.429,79	\$ 179.465,93	\$ 186.927,90	\$ 194.839,57	
Pasivo												
Pasivo Corriente												
15%Part Empleados x pagar		\$ 11.047,74	\$ 12.570,67	\$ 14.206,58	\$ 16.118,40	\$ 18.005,76	\$ 20.730,95	\$ 22.291,65	\$ 23.947,22	\$ 25.702,97	\$ 27.564,54	
25% Imp a la renta x pagar		\$ 15.650,96	\$ 17.808,45	\$ 20.125,99	\$ 22.834,40	\$ 25.508,16	\$ 29.368,85	\$ 31.579,84	\$ 33.925,22	\$ 36.412,55	\$ 30.049,77	
Total Pasivo Corriente		\$ 26.698,70	\$ 30.379,11	\$ 34.332,57	\$ 38.952,80	\$ 43.513,92	\$ 50.099,80	\$ 53.871,50	\$ 57.872,44	\$ 62.115,52	\$ 66.614,32	
Pasivo Largo P												
Deuda financiera LP	\$ 160.552,52	\$ 134.364,12	\$ 105.501,89	\$ 73.692,83	\$ 38.636,06	-						
Total Pasivo LP	\$ 160.552,52	\$ 134.364,12	\$ 105.501,89	\$ 73.692,83	\$ 38.636,06							
Total Pasivo	\$ 160.552,52	\$ 161.062,82	\$135.881,01	\$108.025,40	\$77.588,86	\$43.513,92	\$50.099,80	\$53.871,50	\$57.872,44	\$62.115,52	\$66.614,32	
Patrimonio												
Capital Social	\$ 40.138,13	\$ 40.138,13	\$ 40.138,13	\$ 40.138,13	\$ 40.138,13	\$ 40.138,13	\$ 40.138,13	\$ 40.138,13	\$ 40.138,13	\$ 40.138,13	\$ 40.138,13	\$ 40.138,13
Utilidad/perdida ejercicio		\$ 46.952,88	\$ 53.425,34	\$ 60.377,97	\$ 68.503,20	\$ 76.524,48	\$ 88.106,54	\$ 94.739,53	\$ 101.775,67	\$ 109.237,64	\$ 117.149,31	
Total Patrimonio	\$ 40.138,13	\$ 87.091,01	\$ 93.563,47	\$ 100.516,10	\$ 108.641,33	\$ 116.662,61	\$ 128.244,67	\$ 134.877,66	\$ 141.913,80	\$ 149.375,77	\$ 157.287,44	
Total Pasivo y Patrimonio	\$200.690,65	\$248.153,83	\$229.444,47	\$208.541,50	\$186.230,20	\$160.176,54	\$178.344,47	\$188.749,15	\$199.786,24	\$211.491,29	\$ 223.901,76	

Flujo neto de fondos proyectados

Tabla 37

Flujo neto de fondos proyectado de PlayKids escenario normal

En dólares

Cuentas	Inicial	Años									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Utilidad Neta		\$46.952,88	\$53.425,34	\$60.377,97	\$68.503,20	\$76.524,48	\$ 88.106,54	\$ 94.739,53	\$101.775,67	\$109.237,64	\$117.149,31
+Gastos de depreciación		\$ 9.816,53	\$ 9.816,53	\$ 9.816,53	\$ 8.785,55	\$ 8.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55
+Gastos de amortización		\$ 236,20	\$ 236,20	\$ 236,20	\$ 236,20	\$ 236,20					
+Inversión Inicial	-\$164.709,39										
+Inversión Capital de trabajo	-\$ 35.981,26										
+Recuperación cap. Trabajo											\$ 35.981,26
+Valor Residual											\$105.672,94
+Amortización préstamo		-	-	-	-	-					
		\$26.188,39	\$28.862,23	\$31.809,06	\$35.056,77	\$34.691,32					
Flujo Neto	-\$200.690,65	\$46.468,17	\$52.424,28	\$58.747,62	\$65.302,58	\$76.363,07	\$123.260,94	\$132.104,91	\$141.486,44	\$151.435,73	\$303.638,83

Tabla 38

Flujo neto de fondos proyectado de PlayKids escenario pesimista
En dólares

Cuentas	Inicial	Años									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Utilidad Neta		\$14.243,76	\$19.092,63	\$24.340,96	\$30.677,20	\$36.820,62	\$ 46.431,55	\$ 50.980,79	\$ 55.828,99	\$ 60.993,63	\$ 66.493,10
+Gastos de depreciación		\$ 9.816,53	\$ 9.816,53	\$ 9.816,53	\$ 8.785,55	\$ 8.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55
+Gastos de amortización		\$ 236,20	\$ 236,20	\$ 236,20	\$ 236,20	\$ 236,20					
+Inversión Inicial	-\$164.709,39										
+Inversión Capital de trabajo	-\$ 37.050,46										
+Recuperación cap. Trabajo											\$ 37.050,46
+Valor Residual											\$105.672,94
+Amortización préstamo		-	-	-	-	-					
		\$26.327,92	\$29.016,00	\$31.978,53	\$35.243,54	\$34.876,14					
Flujo Neto	-\$201.759,85	\$ 2.716,49	\$ 6.493,56	\$10.528,81	\$14.681,15	\$23.239,76	\$ 67.694,28	\$ 73.759,93	\$ 80.224,20	\$ 87.110,38	\$237.166,41

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Tabla 39

Flujo neto de fondos proyectado de PlayKids escenario optimista

En dólares

Cuentas	Inicial	Años									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Utilidad Neta		\$79.513,19	\$87.633,51	\$ 96.317,19	\$106.260,90	\$116.192,54	\$129.781,53	\$138.498,27	\$147.722,35	\$157.481,65	\$167.805,52
+Gastos de depreciación		\$ 9.816,53	\$ 9.816,53	\$ 9.816,53	\$ 8.785,55	\$ 8.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55
+Gastos de amortización		\$ 236,20	\$ 236,20	\$ 236,20	\$ 236,20	\$ 236,20					
+Inversión Inicial	-\$164.709,39										
+Inversión Capital de trabajo	-\$ 37.769,89										
+Recuperación cap. Trabajo											\$ 37.769,89
+Valor Residual											\$105.672,94
+Amortización préstamo		-	-	-\$ 32.092,56	-\$ 35.369,21	-\$ 35.000,50					
		\$26.421,79	\$29.119,46								
Flujo Neto	-\$202.479,28	\$89.648,51	\$97.777,94	\$106.383,09	\$115.333,73	\$128.944,63	\$178.827,59	\$190.449,90	\$202.748,67	\$215.761,08	\$372.969,07

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Análisis Financiero

Es indispensable en toda empresa, negocio y proyectos de emprendimiento contar con el estudio financiero, pues constituye una herramienta esencial que nos permite identificar mejores estrategias en cuanto al manejo de la situación económica de la empresa, evalúa con exactitud la situación financiera real de la empresa y en base a la misma tomar las decisiones acertadas para el giro, crecimiento o cambio de la empresa o negocio.

Para demostrar la viabilidad financiera del proyecto trabajamos con índices de rentabilidad como: TMAR, VAN, TIR, PRI, indicadores de rentabilidad, Relación Beneficio Costo e índice de rentabilidad IR.

Tasa mínima atractiva de retorno ponderada

Debemos tener presente que en todo proyecto debemos contar con una tasa de descuento o en efecto la tasa mínima atractiva de retorno de la inversión TMAR que la empresa o negocio está dispuesto aceptar; para estimar la TMAR utilizaremos el método CAPM, a continuación, se detalla sus fórmulas.

$$\mathbf{Re = rf + \beta (rm- rf) + \sigma Ecuador}$$

Dónde:

Re: Rentabilidad exigida por el Accionistas.

rf: Tasa libre de riesgo.

β : Sensibilidad entre en rendimiento del activo con respecto al movimiento de mercado.

σ : Riesgo país Ecuador

Tabla 40***Cálculo TMAR sin deuda mediante método CAPM***

Concepto	Valor	Fuente	Fecha corte
RF	1,74%	Bonos del tesoro de EEUU a 10 años	23/01/2020
BETA	1,05	Promedio betas de las Empresas de entretenimiento de EEUU	2015-2020
RIESGO PAIS	8,78%	Banco Central del Ecuador	23/01/2020
RM	8,17%	EKOS/Super Intendencia de Compañías	2018
	17,27%		

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

En nuestro caso el proyecto posee deuda financiera por lo que es necesario realizar un cálculo adicional para encontrar nuestra TMAR Global.

$$r = L (rd) + (1 - L) (re)$$

Dónde:

r: Tasa mínima atractiva de retorno.

L: Nivel de endeudamiento del proyecto.

rd: Coste de la deuda (Tasa de interés de la deuda).

Tabla 41***Cálculo TMAR con deuda mediante método CAPM***

	Descripción	%
L	Nivel de endeudamiento del proyecto	80%
Rd	Tasa de interés de la deuda	10,21%
re	TMAR sin deuda	17,27%
R	Tasa mínima atractiva de Retorno	11,62%

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es tan importante como la TIR, pues nos permiten evaluar un proyecto y determinar si conviene o no implementarlo, consiste en actualizar los cobros y pagos de una inversión y establecer la ganancia o pérdida del mismo; dicho de otra forma, consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos efectivos futuros que generará el proyecto y compararlo con la inversión inicial.

Tabla 42

Cálculo del VAN escenario normal

Periodo	Flujo	Tasa	Valor Actual
0	-\$ 200.690,65		-\$ 200.690,65
1	\$ 46.468,17	11,62%	\$41.629,83
2	\$ 52.424,28	11,62%	\$42.075,62
3	\$ 58.747,62	11,62%	\$42.241,31
4	\$ 65.302,58	11,62%	\$42.065,54
5	\$ 76.363,07	11,62%	\$44.068,53
6	\$ 123.260,94	11,62%	\$63.726,44
7	\$ 132.104,91	11,62%	\$61.187,43
8	\$ 141.486,44	11,62%	\$58.709,32
9	\$ 151.435,73	11,62%	\$56.294,98
10	\$ 303.638,83	11,62%	\$101.122,46
	VAN		\$ 352.430,81

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

El VAN en el escenario normal es \$352.430,81, positivo y mayor a la inversión inicial, es decir rinde más de lo exigido. Razón por la cual el proyecto es viable y rentable de ponerlo en marcha.

Tabla 43
Cálculo del VAN escenario pesimista

Periodo	Flujo	Tasa	Valor Actual
0	-\$ 201.759,85		-\$ 201.759,85
1	\$ 2.716,49	11,62%	\$2.433,64
2	\$ 6.493,56	11,62%	\$5.211,72
3	\$ 10.528,81	11,62%	\$7.570,53
4	\$ 14.681,15	11,62%	\$9.457,06
5	\$ 23.239,76	11,62%	\$13.411,48
6	\$ 67.694,28	11,62%	\$34.998,24
7	\$ 73.759,93	11,62%	\$34.163,61
8	\$ 80.224,20	11,62%	\$33.288,77
9	\$ 87.110,38	11,62%	\$32.382,56
10	\$ 237.166,41	11,62%	\$78.984,80
	VAN		\$ 50.142,57

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Como podemos observar el VAN aun en el escenario pesimista es \$50.142,57 positivo, por lo que el proyecto es viable y debería aceptarse.

Tabla 44
Cálculo del VAN escenario optimista

Periodo	Flujo	Tasa	Valor Actual
0	-\$ 202.479,28		-\$ 202.479,28
1	\$ 89.648,51	11,62%	\$80.314,16
2	\$ 97.777,94	11,62%	\$78.476,38
3	\$ 106.383,09	11,62%	\$76.492,65
4	\$ 115.333,73	11,62%	\$74.293,78
5	\$ 128.944,63	11,62%	\$74.412,93
6	\$ 178.827,59	11,62%	\$92.454,64
7	\$ 190.449,90	11,62%	\$88.211,25
8	\$ 202.748,67	11,62%	\$84.129,88
9	\$ 215.761,08	11,62%	\$80.207,39
10	\$ 372.969,07	11,62%	\$124.211,88
	VAN		\$ 650.725,68

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

El Van en un escenario optimista es \$650.725,68 positivo y mayor a la inversión inicial, demostrando la viabilidad y factibilidad de implementar el proyecto.

Tasa interna de retorno (TIR)

La TIR es un índice de rentabilidad fundamental y ampliamente aceptado. En nuestro proyecto la TIR nos ayuda a determinar la tasa de interés sobre el saldo no recuperado de la inversión de tal modo que el saldo al final de la vida propuesta es cero.

Tabla 45
Cálculo de la TIR escenario normal

Periodo	Flujo	TIR	Valor Actual
0	-\$ 200.690,65		-\$ 200.690,65
1	\$ 46.468,17	34,66%	\$34.508,06
2	\$ 52.424,28	34,66%	\$28.910,96
3	\$ 58.747,62	34,66%	\$24.059,43
4	\$ 65.302,58	34,66%	\$19.860,51
5	\$ 76.363,07	34,66%	\$17.246,80
6	\$ 123.260,94	34,66%	\$20.673,58
7	\$ 132.104,91	34,66%	\$16.454,10
8	\$ 141.486,44	34,66%	\$13.086,85
9	\$ 151.435,73	34,66%	\$10.401,92
10	\$ 303.638,83	34,66%	\$15.488,44
	VAN		\$ 0,00

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

La TIR en el escenario normal es de 34,66% mayor a la TMAR que es de 11,62%, por lo tanto es proyecto es rentable y debe aceptarse.

Tabla 46***Cálculo de la TIR escenario pesimista***

Periodo	Flujo	TIR	Valor Actual
0	-\$ 201.759,85		-\$ 201.759,85
1	\$ 2.716,49	14,92%	\$2.363,74
2	\$ 6.493,56	14,92%	\$4.916,61
3	\$ 10.528,81	14,92%	\$6.936,70
4	\$ 14.681,15	14,92%	\$8.416,37
5	\$ 23.239,76	14,92%	\$11.592,79
6	\$ 67.694,28	14,92%	\$29.383,22
7	\$ 73.759,93	14,92%	\$27.858,58
8	\$ 80.224,20	14,92%	\$26.365,45
9	\$ 87.110,38	14,92%	\$24.910,99
10	\$ 237.166,41	14,92%	\$59.015,41
	VAN		-\$ 0,00

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

La TIR en el escenario pesimista es 14,92% frente a una TMAR de 11,62% sigue siendo mayor, en efecto el proyecto es factible y debe ponerse en marcha.

Tabla 47
Cálculo de la TIR escenario pesimista

Periodo	Flujo	TIR	Valor Actual
0	-\$ 202.479,28		-\$ 202.479,28
1	\$ 89.648,51	53,99%	\$58.215,95
2	\$ 97.777,94	53,99%	\$41.232,41
3	\$ 106.383,09	53,99%	\$29.131,93
4	\$ 115.333,73	53,99%	\$20.509,35
5	\$ 128.944,63	53,99%	\$14.890,10
6	\$ 178.827,59	53,99%	\$13.409,97
7	\$ 190.449,90	53,99%	\$9.274,13
8	\$ 202.748,67	53,99%	\$6.411,34
9	\$ 215.761,08	53,99%	\$4.430,61
10	\$ 372.969,07	53,99%	\$4.973,49
	VAN		\$ 0,00

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

La TIR en el escenario optimista es de 53,99% mayor a la TMAR de 11,62%, por lo tanto en base a los resultados el proyecto es viable y factible y debe aceptarse.

Retorno de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión PRI, se define como el tiempo necesario para que la suma de los flujos de efectivo netos positivos, sean iguales a la suma de los flujos de efectivo netos negativos requeridos para la inversión.

Tabla 48***Periodo de recuperación de la inversión (Payback) escenario normal***

Periodo	Flujo	Tasa	Valor Actual	Valor Actual Acumulado
0	-\$ 200.690,65		-\$ 200.690,65	-\$ 200.690,65
1	\$ 46.468,17	11,62%	\$41.629,83	-\$159.060,82
2	\$ 52.424,28	11,62%	\$42.075,62	-\$116.985,20
3	\$ 58.747,62	11,62%	\$42.241,31	-\$74.743,89
4	\$ 65.302,58	11,62%	\$42.065,54	-\$32.678,35
5	\$ 76.363,07	11,62%	\$44.068,53	\$11.390,18
6	\$ 123.260,94	11,62%	\$63.726,44	\$75.116,62
7	\$ 132.104,91	11,62%	\$61.187,43	\$136.304,04
8	\$ 141.486,44	11,62%	\$58.709,32	\$195.013,37
9	\$ 151.435,73	11,62%	\$56.294,98	\$251.308,35
10	\$ 303.638,83	11,62%	\$101.122,46	\$352.430,81
	VAN		\$ 352.430,81	

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

PRI= 4,741534924

Años = 4

Meses = 9

Para determinar el tiempo en meses, se aplicó la formula respectiva en Excel, dando como resultado que el periodo de recuperación de la inversión en el escenario normal sería en 4 años y 9 meses.

Tabla 49***Periodo de recuperación de la inversión (Payback) escenario pesimista***

Periodo	Flujo	Tasa	Valor Actual	Valor Actual Acumulado
0	-\$ 201.759,85		-\$ 201.759,85	-\$ 201.759,85
1	\$ 2.716,49	11,62%	\$2.433,64	-\$199.326,20
2	\$ 6.493,56	11,62%	\$5.211,72	-\$194.114,48
3	\$ 10.528,81	11,62%	\$7.570,53	-\$186.543,95
4	\$ 14.681,15	11,62%	\$9.457,06	-\$177.086,89
5	\$ 23.239,76	11,62%	\$13.411,48	-\$163.675,41
6	\$ 67.694,28	11,62%	\$34.998,24	-\$128.677,17
7	\$ 73.759,93	11,62%	\$34.163,61	-\$94.513,56
8	\$ 80.224,20	11,62%	\$33.288,77	-\$61.224,79
9	\$ 87.110,38	11,62%	\$32.382,56	-\$28.842,23
10	\$ 237.166,41	11,62%	\$78.984,80	\$50.142,57
	VAN		\$ 50.142,57	

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

PRI = 9,89067163

Años = 9

Meses = 11

El periodo de recuperación de la inversión en un escenario pesimista sería de 9 años 11 meses.

Tabla 50**Periodo de recuperación de la inversión (Payback) escenario optimista**

Periodo	Flujo	Tasa	Valor Actual	Valor Actual Acumulado
0	-\$ 202.479,28		-\$ 202.479,28	-\$ 202.479,28
1	\$ 89.648,51	11,62%	\$80.314,16	-\$122.165,12
2	\$ 97.777,94	11,62%	\$78.476,38	-\$43.688,73
3	\$ 106.383,09	11,62%	\$76.492,65	\$32.803,91
4	\$ 115.333,73	11,62%	\$74.293,78	\$107.097,70
5	\$ 128.944,63	11,62%	\$74.412,93	\$181.510,63
6	\$ 178.827,59	11,62%	\$92.454,64	\$273.965,27
7	\$ 190.449,90	11,62%	\$88.211,25	\$362.176,52
8	\$ 202.748,67	11,62%	\$84.129,88	\$446.306,40
9	\$ 215.761,08	11,62%	\$80.207,39	\$526.513,79
10	\$ 372.969,07	11,62%	\$124.211,88	\$650.725,68
	VAN		\$ 650.725,68	

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

PRI = 2,556711888

Años= 2

Meses= 7

El Periodo de recuperación de la inversión en el escenario optimista seria en 2 años 7 meses.

Relación Beneficio Costo (B/C)

El índice neto de rentabilidad (B/C) juntos con los otros índices descritos anteriormente son muy importantes, pues sus resultados nos indican si el proyecto es viable y factible de ponerlo en marcha, en la B/C se identifican si los beneficios obtenidos son mayores a los costos o viceversa.

B/C de PlayKids = 1,61

En base al resultado obtenido el valor de los beneficios es mayor a los costos del proyecto, por lo que el proyecto es viable y debe aceptarse. Dicho de otra forma el valor de la RBC es de 1,61, ingresos mayores a los egresos, afirmando así que por cada unidad monetaria invertida se tendrá un retorno de capital invertido y una ganancia de 0,61, en efecto este proyecto resulta atractivo.

Ratios de rentabilidad

Los ratios más importantes que nos permite medir la eficiencia del proyecto o empresa en cuanto a la utilización de los activos en base a las operaciones desarrolladas son los que se detalla a continuación:

- **ROS:** (“Return on Sales”). Rendimiento de Ventas: Beneficio Neto dividido por las Ventas Netas.
- **ROA:** (“Return on Assets”) o rentabilidad económica. Se calcula como el cociente entre el beneficio y el activo total.
- **ROE:** (“Return on Equity”) o rentabilidad financiera. $ROE = \text{Beneficio neto} / \text{Patrimonio Total}$.
- **ROI:** (“Return on Investment”) o retorno de la inversión.

Tabla 51

Índices de rentabilidad

En porcentajes

Índice	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
ROS	16,75%	18,16%	19,54%	21,12%	22,47%	24,63%	25,23%	25,81%	26,38%	26,95%
ROA	18,13%	22,58%	28,51%	37,06%	49,62%	53,14%	54,94%	56,71%	58,44%	60,13%
ROE	53,91%	57,10%	60,07%	63,05%	65,59%	68,70%	70,24%	71,72%	73,13%	74,48%
ROI	116,98%	133,10%	150,43%	170,67%	190,65%	219,51%	236,03%	253,56%	272,15%	291,87%

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

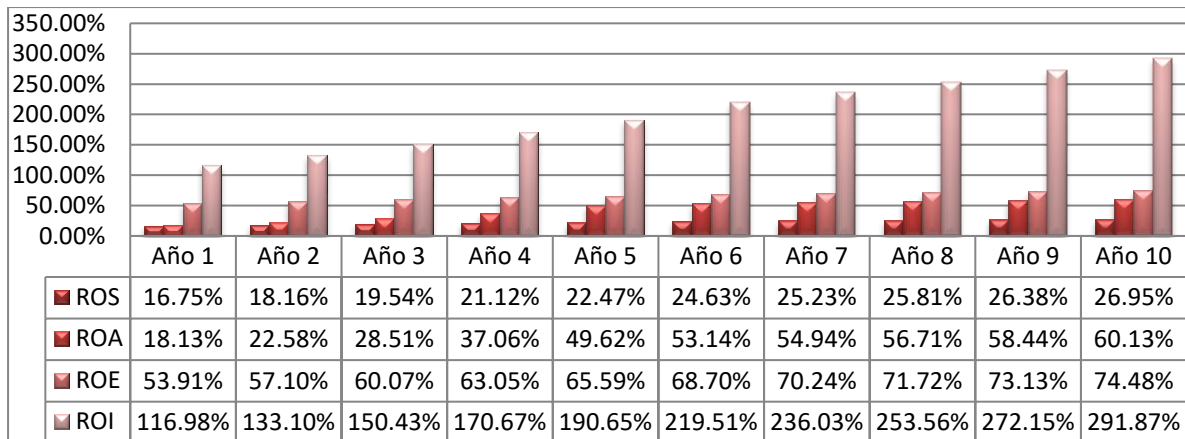


Figura 26: Ratios de Rentabilidad, adaptado de (Análisis financiero)

Plan de Contingencia

El plan de contingencia resulta una herramienta valiosa y fundamental para una empresa o negocio, pues en si es un análisis detallado de riesgo que nos permitirá contar con las acciones, normas y procedimientos necesarios para hacer frente de manera oportuna, eficaz y eficiente cualquier situación, indecentes o estados de emergencia y de esta manera continuar funcionando.

- **Si los costos totales son mayores a los proyectados.** En este caso se revisará el presupuesto de costos para determinar el incremento de los precios de los insumos y mano de obra, analizar la incidencia de los mismos en el funcionamiento de la empresa y en base a ello establecer estrategias para fijar nuevos precios de los servicios brindados por *PlayKids*, analizando que dicho precio no afecte a nuestros consumidores, para lo cual el servicio brindado será seguro, confiable y de calidad, satisfaciendo los gustos y preferencias de los consumidores, en efecto el cliente sentirá un precio justo acorde al servicio brindado.
- **Si *PlayKids* desea expandirse a nivel provincial o regional.** Para la expansión de *PlayKids* a través de franquicias es fundamental que se cumplan con elementos básicos como: registro de la marca, logo y slogan, análisis de viabilidad de la franquicia, definición del punto piloto, inscripción en el registro de franquiciadores, contrato de franquicia, manual de operaciones, de control y

supervisión, de capacitación, económico financiero, de preapertura, de imagen corporativa, etc.

- **Si se requiere aportación de capital para poder continuar operando.** Se presentará la propuesta a socios que estén interesados en formar parte del negocio. Si no es posible contar con el financiamiento de socios, se solicitará un crédito bancario en la CFN (Corporación Financiera Nacional), además contamos con la oportunidad de realizar alianzas estratégicas con empresas que estén dispuestas asociarse.
- **Si el proyecto resultase no exitoso.** Para efecto se negociará su venta con personas bien sea naturales o jurídicas, en caso que no existan compradores, como última acción será la liquidación del centro de entretenimiento infantil *PlayKids*.

Conclusión Parcial

En base a los resultados obtenidos en el estudio financiero tanto de los indicadores de rentabilidad y ratios financieros, se concluye que el proyecto es rentable y debe implementarse; el análisis del VAN (Valor Actual Neto) es mayor a cero es decir producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida, por otro lado la TIR (Tasa Interna de Rendimiento) es mayor a la TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento), la relación B/C es mayor a 1, demostrando que los beneficios son mayores a los costos generados, el PRI es en 4 años 9 meses; razón por la cual si los supuestos y condiciones establecidas en el proyecto no sufren ninguna modificación o cambio alguno, el proyecto debe considerarse viable y factible en el horizonte planteado y por ende se debe aceptar el mismo.

RESULTADOS

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito demostrar la viabilidad y factibilidad de la implementación de un centro de entretenimiento infantil dirigido a niños de dos a doce años en el Cantón Azogues, para lo cual se establecieron 4 objetivos específicos, a continuación se describen los resultados obtenidos en cada uno de los objetivos planteados para dicho proyecto.

- **Fundamentar teóricamente la investigación.**

En el capítulo 2 se desarrolló el marco teórico acorde al tema de investigación, a través de un conjunto de ideas, pensamientos, antecedentes, teorías, artículos científicos que permiten sustentar el trabajo de investigación, entender el enfoque o perspectiva de donde inicia la investigación e interpreta los resultados.

- **Elaborar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta actual de la propuesta.**

Se realizó la encuesta a 384 familias del Cantón Azogues, con la que pudimos segmentar nuestro mercado, los resultados arrojados fueron los siguientes:

El 42,45% de la población encuestada tiene 2 niños de 2 a doce años en su hogar, el 35,42% un 1 niño, el 16,15% tiene 3 niños, el 3,91% 1 niño y el 2,08% 5 niños comprendidos en esa edad. El promedio de niños por hogar en el Cantón Azogues de 2 niños aproximadamente, por ende el proyecto es beneficioso y atractivo.

El 90,44% de la población encuestada indicó que asiste a sitios de entretenimiento infantil.

El 98,18% de los encuestados les gustaría contar con un centro de entretenimiento infantil en la ciudad de Azogues.

La oferta, demanda y demanda insatisfecha son las que se muestran a continuación.

Tabla 52

Oferta actual en los sitios de entretenimiento que posee el Cantón Azogues

En número de personas

Sitio de entretenimiento	Capacidad máxima	Oferta día
Parque infantil Marco Romero Heredia	300	700
Parque del Migrante	255	500
Parque la culebra	80	200
Plaza de la Juventud	200	880
Canchas Bosque Azul	100	300
Oferta Actual	935	2580

Nota: Obtenido de “Observación Directa”

En base a la segmentación de la demanda realizada en la tabla #6 del capítulo 3 se obtuvo los siguientes resultados:

Demanda actual familias: 11258 **Demanda actual niños:** 21933

Existe 1,95 niños de 2 a 12 años promedio / hogar (Referencia Encuesta)

Una vez realizada la proyección de la oferta y demanda se determinó la demanda insatisfecha para nuestro proyecto.

Tabla 53

Demanda Insatisfecha

Año	Demanda de servicios	Oferta de servicios	Demanda insatisfecha
2020	21933	2580	19353
2021	22492	2580	19912
2022	23065	2580	20485
2023	23654	2580	21074
2024	24257	2580	21677
2025	24875	2580	22295

Nota: Obtenido de “Encuestas Aplicadas , observación directa”, por INEC, 2010.

- **Diseñar administrativa y legalmente el centro de entretenimiento infantil.**

En el capítulo 4 abarca se desarrolló todo en base al diseño administrativo y legal del centro de entretenimiento infantil como son: estructura de capital, nombre de la empresa, tipo de empresa, diagrama de proceso, organigrama, descripción de funciones marketing mix y merchandising.

Nombre de la Empresa: *PlayKids*

Tipo de la Empresa: Según la procedencia de capital privada, según su constitución legal Sociedad Anónima S.A.

- **Analizar financieramente la viabilidad del proyecto.**

Una vez realizado el estudio de viabilidad financiera, los resultados de los indicadores de rentabilidad son los siguientes:

VAN= \$ 352.430,81

RBC= 1,61

TIR= 34,66%

PRI= 4 años con 9 meses

TMAR= 11,62%

Análisis general sobre la implementación del centro de entretenimiento infantil en la Ciudad de Azogues post-coronavirus

Es importante manifestar que el presente trabajo de investigación se realizó el año anterior (Noviembre 2019), sin imaginar que una pandemia cambiaría la vida de toda la humanidad; es inevitable la implementación nuevos mecanismos y patrones de consumo a partir de esta enfermedad como es el coronavirus, evidentemente el distanciamiento social afectaría los resultados del análisis que se realizó en el presente estudio de investigación; sin embargo *PlayKids* contara con un plan de acción “YO ME CUIDO” y todas las medidas de bioseguridad para concientizar a la ciudadanía sobre la importancia del autocuidado, no perderemos de vista la revolución tecnológica, se contara con creatividad y gestión inmediata que permitirá hacerle frente a esta crisis y las que pudieran venir.

DISCUSIÓN

Luego de haber descrito los resultados de la investigación respecto al estudio de la viabilidad de la implementación del centro de entretenimiento infantil dirigido a niños de dos a doce años en el Cantón Azogues, en base a un análisis estadístico de la investigación de mercado realizada, estudio de viabilidad económica y financiera, a continuación, se realizará la discusión de los principales hallazgos de la presente investigación.

De los resultados obtenidos en la presente investigación, podemos manifestar que existe la clara necesidad de contar con un centro de entretenimiento infantil en el Cantón Azogues, debido a que, según la investigación de mercado realizada, hoy en día las familias consideran fundamental la recreación familiar, pues ayuda al desarrollo cognitivo, social, físico y psicológico del niño. Por otra parte, del análisis de la investigación se pudo determinar que existe un porcentaje considerable de analfabetismo en dicho Cantón, repercutiendo esto en la formación y enseñanza de los niños, pues en base a su formación generan el interés a sus hijos por la educación, la recreación y el entretenimiento infantil.

En base a los resultados obtenidos en el estudio financiero, podemos decir que es un proyecto rentable, exitoso, viable, sustentable y sostenible en el horizonte planteado; además si el proyecto se implementa se logrará no solo un beneficio económico sino también un beneficio social, mejorando el nivel y calidad de vida de las familias del Cantón Azogues a través de la satisfacción y seguridad que brindará el centro de entretenimiento infantil *PlayKids*.

De manera general toda la investigación realizada permite determinar con claridad y tener una orientación más clara de las necesidades de los pobladores del Cantón Azogues de contar con un centro de entretenimiento infantil en dicha ciudad que garantice la diversión pero ante todo la seguridad y confianza y de esta manera no tener que trasladarse a otra ciudad para poder compartir una tarde en familia junto a sus hijos, en efecto el proyecto coadyuvará al desarrollo y crecimiento del Cantón mejorando el nivel de vida, económico, social, político y comercial.

CONCLUSIONES

Luego de haber realizado el estudio de viabilidad para la implementación del centro de entretenimiento infantil PlayKids, se concluye con los siguientes puntos que justifican la inversión y el financiamiento realizado para su ejecución.

- La investigación de mercado demostró la aceptación de las personas por contar con un centro de entretenimiento infantil en el Cantón Azogues, además con el estudio económico y financiero se demostró la viabilidad y factibilidad del proyecto.
- Con el estudio de mercado se demostró que existe demanda insatisfecha de 9934 familias, nuestro mercado objetivo es 1291 familias y en base a la frecuencia con la que asisten al centro de entretenimiento se pretende contar con 15925 familias y en cada familia se estima un promedio de 1,95 niños de dos a doce años, es decir 31023 niños al año.
- Por otro lado, en base al estudio técnico y organizacional, el centro de entretenimiento infantil *PlayKids*, contará con personal humano altamente calificado en todas las áreas, además posee diseño e infraestructura excelente, con lo que se brindará un servicio de calidad y seguridad a nuestros clientes.
- El personal administrativo, de mantenimiento y operaciones de *PlayKids* contará con sus procesos y manuales establecidos que permitan el conocimiento de sus funciones y actividades a desarrollar, asumiendo así sus responsabilidades y de esta forma lograr una comunicación adecuada y coordinación entre todo el personal.
- El centro de entretenimiento infantil *PlayKids*, estará ubicado en la Autopista Azogues- Cuenca sector Zhullin dentro del mercado objetivo a cubrir, mismo que cuenta con todos los servicios básicos para el crecimiento y desarrollo. El crecimiento del comercio, turismo, poblacional del Cantón constituyen un ambiente propicio para la implementación del proyecto.

- *PlayKids* desde su funcionamiento se basará en pilares fundamentales como una base filosófica que permitan la identificación del centro con lo que es y quiere lograr, para ello se ha desarrollado la misión, visión, objetivo y estrategias competitivas de la misma.
- Los precios para los servicios que brindará *PlayKids* fueron establecidos en base a precios del mercado y lo fundamental accesibles para la ciudadanía, garantizando que los mismos serán competitivos generando un gran margen de utilidad.
- El proyecto desde el punto de vista económico y financiero es factible, viable y rentable de implementarse, pues presenta índices de rentabilidad y ratios financieros aceptables; es decir cumple con el objetivo que sea coste eficiente y sobrepase en cantidad y calidad.
- El VAN registra un valor positivo, lo que garantiza la viabilidad del proyecto, la TIR mayor a la TMAR, el periodo de recuperación de la inversión es de 4 años 9 meses, menor a la vida útil de los principales activos del centro de entretenimiento infantil, la relación B/C es mayor a 1, lo cual significa que el proyecto procede económicamente, demostrando así la sustentabilidad, sostenibilidad y rentabilidad del mismo.
- El estudio de viabilidad económico-financiero en base a los resultados obtenidos, justifica la inversión realizada para el proyecto, pues el centro de entretenimiento infantil *PlayKids*, generará utilidades a lo largo del horizonte planteado.

RECOMENDACIONES

Una vez desarrollado cada uno de las etapas por lo que está compuesto el presente proyecto de inversión y que confluyen en el capítulo 5 del estudio Económico y Financiero me permito recomendar lo siguiente para el éxito del mismo.

- La implementación del proyecto como pioneros en el Cantón Azogues, debido a que se demostró su factibilidad y viabilidad económica, financiera, comercial y técnica, no presentando así riesgo alguno para los interesados, caso contrario generando beneficios y utilidades para los mismos.
- Mantener la rentabilidad del proyecto, para garantizar la recuperación de la inversión en el plazo establecido
- Es fundamental contar con campañas de marketing digital, mix y merchandising, enfocados en el posicionamiento de marca e imagen corporativa de *PlayKids*, y lograr quedarnos en la mente de los consumidores, además realizar publicidad a través de flyers informativos en lugares estratégicos como: establecimientos educativos, instituciones, guarderías, coliseos deportivos, etc.
- Contar con un proceso de mantenimiento constante en los diversos juegos del centro de entretenimiento y de esta forma garantizar el correcto funcionamiento para seguridad de los padres.
- Establecer un cronograma de capacitación a los empleados, de tal forma que incentivemos el trabajo en equipo, comunicación eficaz, atención de calidad y de esta manera crear una cultura organizacional.
- Definir estrategias y técnicas para captar y fidelizar clientes que permitan crear una relación duradera con los mismo.
- Realizar dos veces al año encuestas de satisfacción al cliente por los servicios brindados en *PlayKids*.

BIBLIOGRAFIA

- Arango, Alan. (2014). *Importancia del estudio Técnico de un proyecto*. Guatemala Asamblea Nacional. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi: Ediciones Registro Oficial.
- Baca, Gabriel. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Ediciones Mc Graw Hill.
- Big Galicia. (2010). *Como realizar un estudio de mercado*. España: Ediciones Igope
- Cañizares, J., y Carbonero, C. (2017). *El juego motor en tu hijo*. España: Ediciones Wanceulen S.L
- Domingo, Alberto. (2005). *Dirección y gestión de proyectos. Un enfoque práctico*. Madrid: RA-MA
- Draier, E., y Huarte, J. (2013). *Claves para emprendedores. Conceptos básicos para planificar y desarrollar tu proyecto*. Buenos Aires: Ministerio de desarrollo económico de Buenos Aires.
- Estudio de mercados. (s.f). En *Economía simple*. Recuperado el 15 de diciembre 2016 de <https://www.economiasimple.net/glosario/estudio-de-mercado>
- Ferré, José. (1997). *Los estudios de mercado: Como hacer un estudio de mercado de forma práctica*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Garriga, Albert. (s.f). *Rentabilidad del proyecto*. Recuperado el 27 de agosto de 2016 de <https://www.recursoenprojectmanagement.com/rentabilidad-del-proyecto/>.
- Gerber, Michael. (1997). *El mito del emprendedor: Por qué no funcionan las pequeñas empresas y qué hacer para que funcionen* (Trad. Sánchez Guillermo.). Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- GOB.EC. (s.f.). *Otorgamiento de permiso de funcionamiento para Centros de Desarrollo Infantil*. Obtenido del sitio web de: <https://www.gob.ec/mies/tramites/otorgamiento-permisos-funcionamiento-centros-desarrollo-infantil>

Gobierno Municipal del Cantón Azogues. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Cantón Azogues 2014-2022*. Azogues: Departamento de Planificación Urbana.

Gómez, Juan. (s.f). *El juego infantil y su importancia en el desarrollo*. Recuperado el 18 de abril de 2018 de educacioninicial.mx/wp.../El-Juego-Infantil-y-su-Importancia-en-el-Desarrollo.pdf.

González, Pedro. (2018). *Que es la oferta y la demanda*. Recuperado el 25 de julio de 2018 de <https://okdiario.com/curiosidades/que-oferta-demanda-2758201> Gómez, Juan. (s.f). *El juego infantil y su importancia en el desarrollo*. Recuperado el 18 de abril de 2018 de educacioninicial.mx/wp.../El-Juego-Infantil-y-su-Importancia-en-el-Desarrollo.pdf.

González, Pedro. (2018). *Que es la oferta y la demanda*. Recuperado el 25 de julio de 2018 de <https://okdiario.com/curiosidades/que-oferta-demanda-2758201>

Hill, C., Jones, G., y Rodríguez, G. (1996). *Administración estratégica: un enfoque integrado*. México: Ediciones McGraw-Hill.

Hamilton, W., Pezo, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Colombia: Ediciones Convenio Andrés Bello

Guías de creación de Empresas. (s.f). En *Centro Europeo de Empresas e Innovación*. Recuperado el 03 de febrero de 2015 de https://www.camaracr.org/uploads/tx_icticontent/guia_elaboracion_estudios_de_mercado_01.pdf

Jiménez, Héctor. (s.f). *La importancia de la hospitalidad en el turismo*. Recuperado el 28 de julio de 2012 de <https://www.noroeste.com.mx/publicaciones/opinion/la-importancia-de-la-hospitalidad-en-el-turismo-78680>

INEC. (Julio 2011). *Resultados Censo Nacional Económico*. Obtenido del sitio web de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones_por_ciudades/Presentacion_Azogues.pdf

León Frank. (2015, 7 de septiembre). Sabes que es un estudio de mercado. *Merca2.0*. Recuperado de <https://www.merca20.com/sabes-que-es-un-estudio-de-mercado/>

McDaniel, C., y Gates, R. (2005). *Investigación de mercados* (Trad. Meza, G., Mauri, M.). México: Ediciones Paraninfo.

- El Mercurio (s.f). Azogues 193 años de vida cantonal y desarrollo.
<https://ww2.elmercurio.com.ec/2018/04/16/azogues-193-anos-de-vida-cantonal-y-desarrollo/>. Recuperado el 16 de abril de 2018. Cuenca [: El Universo]
- Merino, M., Pintado, T., Sánchez, J., Grande, I. (Coordinadores). (2015). *Introducción a la investigación de mercados*. Madrid: ESIC.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (s.f). *Centros de desarrollo infantil*. Recuperado el 17 de agosto de 2018 de <https://www.mindicsalud.com/blog/la-importancia-de-la-educacion-emocional-en-los-ninos>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (s.f). *Desarrollo infantil integral*. Recuperado el 12 de noviembre de 2013 de <https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/Libro-de-Pol%C3%ADticas-P%C3%ABlicas.pdf>
- Miranda, Juan. (2005). *Gestión de proyectos*. Bogotá: MM Editores.
- Navarro, Javier. (s.f). *Ley de la oferta y demanda*. Obtenido del sitio web de: <https://www.definicionabc.com/negocios/oferta-y-demanda.php>
- Obeso, Paula. (s.f). *Productos vs servicios. Cómo diferenciarlos*. Recuperado el 8 de diciembre de 2017 de <https://rockcontent.com/es/blog/producto-o-servicio>
- Olave Karen. (2016, 6 de marzo). La nueva forma de aprender es el edu-entretenimiento. *Mundo Joven*. Recuperado de <http://diariouno.pe/la-nueva-forma-de-aprender-se-llama-edu-entretenimiento/>
- Ollé, C., y Cerezuela, B. (2017). *Gestión de proyectos paso a paso*. Barcelona: UOC Publishing.
- Paredes, J. (2017). *Juego: Teoría de la actividad lúdica*. España: Ediciones Wanceulen S.L
- Pere, Nicolás. (2009). *Coste para la dirección de empresas*. España: Ediciones Servei de Publicacions.
- Saltos, Evelyn. (2015). *Viabilidad económica y financiera para la creación de un centro de entretenimiento para niños a ubicarse en la ciudad de Manta* (tesis de posgrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Ramírez, David. (2008). *Contabilidad Administrativa*. México: Mc Graw Hill.

Sapag, N., y Sapag, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. México: Ediciones Mc Graw Hill.

Soriano, J., Viscarrí, J., Torrents, J., y García M. (2012). *Economía de la Empresa*.

Riquelme, Leiva. (2015, junio). *Las 5 fuerzas de Porter- Clave para el éxito de la empresa*. Obtenido del sitio web de <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

Rodríguez, J. (2012). *La Recreación Infantil*. Editorial Morelia. Barcelona: Ediciones UPCGRAU.

Taconne, Gerardo. (s.f). *Centros de entretenimiento*. Obtenido del sitio web de Mi Blog: <http://notas.taconne.com.ar/centros-de-entretenimientos/>

Tarí, Susana. (s.f). *La importancia de la educación emocional en los niños*. Obtenido del sitio web Blog de Mindic: <https://www.mindicsalud.com/blog/la-importancia-de-la-educacion-emocional-en-los-ninos>

Wikipedia. (s.f). *Azogues*. Recuperado el 31 de julio de 2019 de <https://es.wikipedia.org/wiki/Azogues>

Zapata, Oscar. (2015). *El aprendizaje por el juego en la escuela primaria*. Colombia: Ediciones Pax México.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Objetivos Específicos

Tabla 54

Fundamentar teóricamente la investigación

Variable	Fuente	Procedimiento/ recolección	Estrategia/ análisis
Centros de entretenimiento	Páginas web, revistas, libros, etc.	Observación documental	Análisis estadístico descriptivo
Viabilidad Financiera	Páginas web, revistas, libros, etc.	Observación documental	Análisis estadístico descriptivo
Marco Legal	Páginas web, revistas, libros, etc.	Observación documental	Análisis estadístico descriptivo

Tabla 55

Elaborar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta actual de la propuesta.

Variable	Fuente	Procedimiento/ recolección	Estrategia/ análisis
Nivel de aceptación por la población del servicio o producto.	Muestra de los usuarios	Encuesta muestral	Análisis de aceptación
Grado de competencia existente en el mercado	Muestra de los usuarios	Encuesta muestral	Análisis de la competencia

Tabla 56*Diseñar administrativa y legalmente el centro de entretenimiento infantil.*

Procedimiento	Apoyo	Productos
Diagramas/Flujos	Investigador	Recomendaciones/líneas de acción
Identificación de estrategias	Investigador	Recomendaciones/líneas de acción
Presentación de resultados	Investigador	Recomendaciones/líneas de acción
Imagen corporativa	Marketing	Plan de marketing final

Tabla 57*Analizar financieramente la viabilidad del proyecto.*

Variable	Fuente	Procedimiento/ recolección	Estrategia/ análisis
Margen neto de utilidad	Muestra de los usuarios	Cálculos/Observación documental	Análisis estadístico analítico
Margen bruto de utilidad	Muestra de los usuarios	Cálculos/Observación documental	Análisis estadístico analítico
Margen Operacional	Muestra de los usuarios	Cálculos/Observación documental	Análisis estadístico analítico
Rentabilidad sobre el patrimonio	Muestra de los usuarios	Cálculos/Observación documental	Análisis estadístico analítico

Anexo 2. Diseño de la Encuesta

ENCUESTA



Objetivo: Determinar la viabilidad financiera de la implementación de un centro de entretenimiento infantil en la ciudad de Azogues Provincia del Cañar.

Instrucciones: Por favor leer detenidamente las siguientes preguntas y marque con una x el casillero que usted crea conveniente.

DATOS:

Edad:años

Nivel de instrucción: Primaria () Secundaria () Superior ()

Lugar de residencia: **Parroquia:**.....

Ingreso mensual:

< \$ 400 ()

De \$ 401 a \$ 600 ()

De \$ 601 - \$ 800 ()

De \$ 801 - \$ 1000 ()

> de \$ 1.000 ()

Actividad económica:

Empleado privado ()

Empleado público ()

Comerciante ()

Estudiante ()

Otros ()

Número de niños de entre 2 y 12 años:

1. ¿Visita usted algún lugar de recreación con sus niños en la ciudad de Azogues?

SI () Indique cuál:..... Ubicación:.....

NO ()

Si su respuesta es NO; pase directo a la pregunta # 5

2. ¿Con qué frecuencia visita este lugar de entretenimiento?

Semanal	<input type="checkbox"/>
Quincenal	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>
Ocasiones especiales	<input type="checkbox"/>

3. Que días acostumbra a llevar a sus hijos a un lugar de entretenimiento?

Lunes	<input type="checkbox"/>	viernes	<input type="checkbox"/>
Martes	<input type="checkbox"/>	sábado	<input type="checkbox"/>
Miércoles	<input type="checkbox"/>	domingo	<input type="checkbox"/>
Jueves	<input type="checkbox"/>		

4. ¿Cuál es el horario de su preferencia para acudir a estos centros?

09:00 a 12:00

12:00 a 15:00

15:00 a 18:00

18:00 a 21:00

Pasar directo a la pregunta # 6

5. ¿Le gustaría asistir a un centro de recreación infantil para niños que esté ubicado en la ciudad de Azogues?

Sí No

En caso que su respuesta sea negativa, la encuesta ha finalizado, caso contrario continúe.

6. ¿Cuál de los siguientes factores considera de mayor importancia para asistir a un centro de recreación para niños?

Seguridad ()

Adecuación del espacio físico ()

Tipo de juegos ()

Tipo de alimentación ()

Parqueadero ()

Otros:

7. ¿Cuál de los siguientes juegos le parece más interesante que tuviera el centro de recreación infantil?

Piscina de pelotas

Saltarines

Muros de escalar

Juegos inflables

Toboganes

Cancha sintética

Golf en miniatura

Otro

¿Especifique cuál? _____

8. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que tuviera el centro de entretenimiento para niños? Señale solo uno.

Sala para fiestas

Patio de comidas

Áreas de descanso

Área de aprendizaje y estimulación

Internet

Otro

¿Especifique cuál? _____

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ingresar al centro de entretenimiento infantil? considerando que puede permanecer las horas que desee.

menos de \$3,00 ()

entre \$3,50 y \$5,00 ()

Entre \$5,50 y \$7,00 ()

más de \$7 ()

10. ¿Qué tipo de comida le gustaría ofreciera el centro de entretenimiento infantil?

Comida rápida

Comida típica

Comida vegetariana

Postres

Platos a la carta

Otro

¿Especifique cuál? _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3. Resultados de la Encuestas

1. ¿Visita usted algún lugar de recreación con sus niños en la ciudad de Azogues?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	378	98.4	98.4
No	6	1.6	100
Total	384	100	

2. ¿Con qué frecuencia visita este lugar de entretenimiento?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Semanal	71	18.5	18.5
Quincenal	174	45.3	63.8
Mensual	77	20.1	83.9
en ocasiones especiales	62	16.1	100
Total	384	100	

3. ¿Qué días acostumbra a llevar a sus hijos a un lugar de entretenimiento?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Lunes	16	4.2	4.2
Martes	8	2.1	6.3
Miércoles	27	7	13.3
Jueves	27	7	20.3
Viernes	71	18.5	38.8
Sábado	137	35.7	74.5
Domingo	98	25.5	100
Total	384	100	

4. ¿Cuál es el horario de su preferencia para acudir a estos centros?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
9:00 a 12:00	88	22.9	22.9
12:00 a 15:00	107	27.9	50.8
15:00 a 18:00	134	34.9	85.7
18:00 a 21:00	55	14.3	100
Total	384	100	

5. ¿Le gustaría asistir a un centro de recreación infantil para niños que esté ubicado en la ciudad de Azogues?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SI	364	94.8	94.8
NO	20	5.2	100
Total	384	100	

6. ¿Cuál de los siguientes factores considera de mayor importancia para asistir a un centro de recreación para niños?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Seguridad	93	24.2	24.2
adecuación del espacio físico	92	24	48.2
tipo de juegos	114	29.7	77.9
tipo de alimentación	64	16.7	94.5
Parqueadero	21	5.5	100
Total	384	100	

7. ¿Cuál de los siguientes juegos le parece más interesante que tuviera el centro de recreación infantil?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
piscina de pelotas	27	7	7
muros de escalar	22	5.7	12.8
Toboganes	49	12.8	25.5
golf en miniatura	28	7.3	32.8
<i>Playground</i>	120	31.3	64.1
juegos inflables	93	24.2	88.3
cancha sintética	23	6	94.3
Otros	22	5.7	100
Total	384	100	

8. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que tuviera el centro de entretenimiento para niños? Señale solo uno.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
sala para fiestas	77	20.1	20.1
áreas de descanso	62	16.1	36.2
Internet	45	11.7	47.9
patio de comidas	188	49	96.9
Otro	12	3.1	100
Total	384	100	

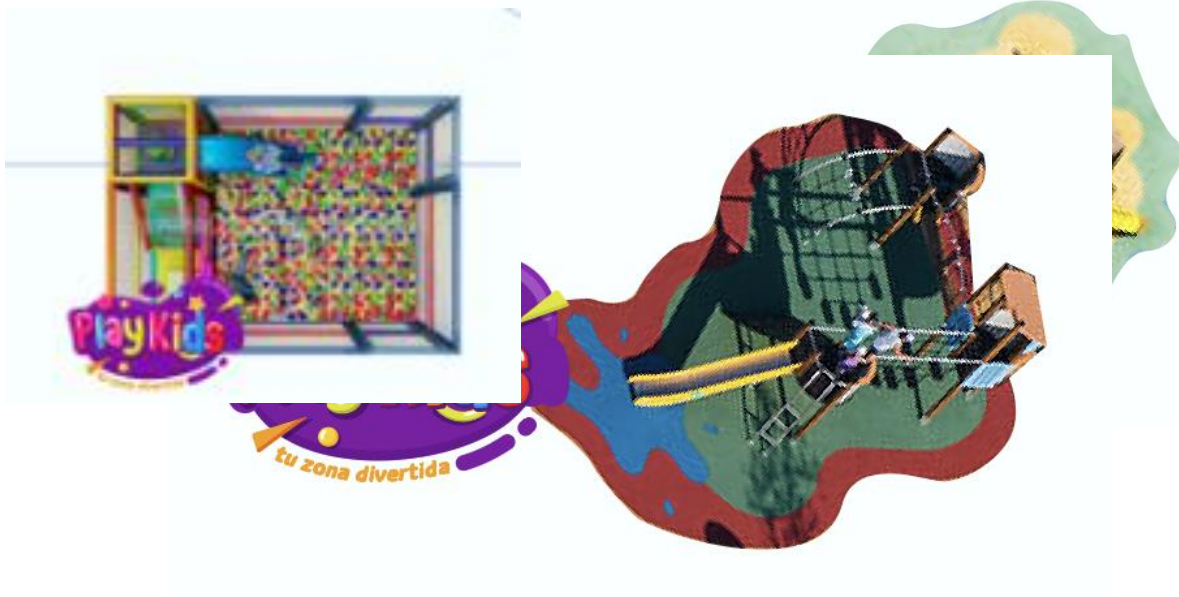
9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ingresar al centro de entretenimiento infantil? considerando que puede permanecer las horas que desee.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
menos de \$3	159	41.4	41.4
entre \$3.50 y \$5.50	167	43.5	84.9
entre \$5.50 y \$7.00	39	10.2	95.1
más de \$7	19	4.9	100
Total	384	100	

10. ¿Qué tipo de comida le gustaría ofreciera el centro de entretenimiento infantil?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Comida rápida	153	39.8	39.8
comida vegetariana	40	10.4	50.3
platos a la carta	78	20.3	70.6
comida típica	67	17.4	88
Postres	25	6.5	94.5
Otro	21	5.5	100
Total	384	100	

Anexo 4. Juegos Infantiles







Anexo 5. Áreas del centro de entretenimiento *PlayKids*







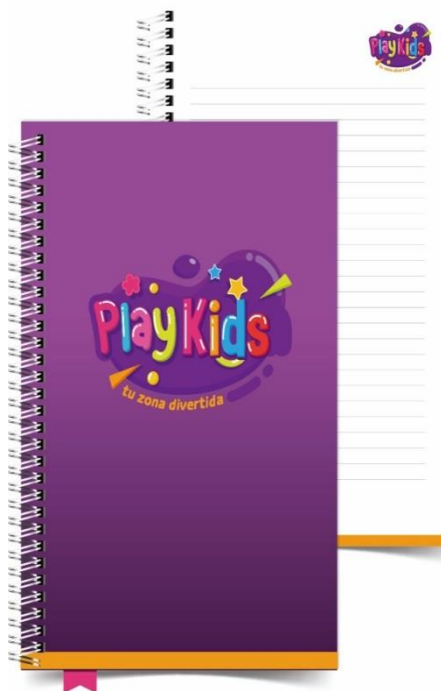
Anexo 6. Papelería básica

Anexo 7. Uniformes





Anexo 8. Souvenirs



Anexo 9. Tasa de interés BANECUADOR



CIRCULAR DE TASAS DE INTERÉS		GF-003-2020
Para el período:		MARZO 2020
TASAS ACTIVAS PARA BANECUADOR B.P.		MARZO 2020
TIPO DE CRÉDITO	TASA NOMINAL	TASA EFECTIVA
	BANECUADOR B.P.	
CREDITOS PRODUCTIVOS		
Productivo Empresarial	9,76%	10,21%
Productivo PYMES	9,76%	10,21%
Productivo Agrícola Ganadero	8,21%	8,53%
CRÉDITOS COMERCIALES		
Comercial Prioritario Empresarial	9,76%	10,21%
Comercial Prioritario PYMES	9,76%	10,21%
CRÉDITOS DE CONSUMO		
Consumo Ordinario	16,06%	17,30%
Consumo Prioritario	16,06%	17,30%
MICROCRÉDITOS		
Microcrédito Agrícola y Ganadero	11,25%	11,85%
Microcrédito Ganadería Verde	9,76%	10,21%
Microcrédito Banentaxi vehículos eléctricos	9,80%	10,25%
Microcrédito Banentaxi vehículos combustible fosil	12,00%	12,68%
Microcrédito Impulso Turismo	11,25%	11,85%
Microcrédito Comercio y Servicios - Impulso Cultura	11,25%	11,85%
Microcrédito Minorista		
Crédito de Desarrollo Humano CDH	5,00%	5,12%
Microcrédito Comercio y Servicios	15,30%	16,42%
Microcrédito de Producción	11,25%	11,85%
Microcrédito de Acumulación Simple		
Microcrédito Comercio y Servicios	15,30%	16,42%
Microcrédito de Producción	11,25%	11,85%
Microcrédito de Acumulación Ampliada		
Microcrédito Comercio y Servicios	15,30%	16,42%
Microcrédito de Producción	11,25%	11,85%

Fuente: Gerencia de Colocaciones y Captaciones

Anexo 10. Tabla de Amortización préstamo Bancario

PROGRAMACIÓN DE LA AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

ESCRIBA LOS VALORES					RESUMEN DEL PRÉSTAMO				
Importe del préstamo		160.553			Pago programado		42.581		
Tasa de interés anual		10,21%			Número de pagos programados		5		
Periodo del préstamo en años		5			Número real de pagos		1		
Número de pagos por año		1			Importe total de pagos anticipados		-		
Fecha de inicio del préstamo		04/04/2020			Importe total de intereses		52.352		
Pagos extra opcionales		-			NOMBRE DE LA ENTIDAD DE CRÉDITO		BAN ECUADOR		

Nº. DE PAGO	FECHA DE PAGO	SALDO INICIAL	PAGO PROGRAMADO	PAGO EXTRA	IMPORTE TOTAL DEL PAGO	PRINCIPAL	INTERÉS	SALDO FINAL	INTERÉS ACUMULADO
1	04/04/2020	160.553	42.581	-	42.581	26.188	16.392	134.364	16.392
2	04/05/2020	134.364	42.581	-	42.581	28.862	13.719	105.502	30.111
3	04/06/2020	105.502	42.581	-	42.581	31.809	10.772	73.693	40.883
4	04/07/2020	73.693	42.581	-	42.581	35.057	7.524	38.636	48.407
5	04/08/2020	38.636	42.581	-	38.636	34.691	3.945	-	52.352

Anexo 11. Mano de Obra Directa

Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Encargado de juegos	2	\$ 507,08	\$ 12.169,92
Personal área comida	2	\$ 525,19	\$ 12.604,56
Personal mantenimiento	1	\$ 507,08	\$ 6.084,96
Total			\$ 30.859,44

Anexo 12. Mano de Obra Indirecta

Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Jefe de Operaciones	1	\$ 679,13	\$ 8.149,50
Total			\$ 8.149,50

Anexo 13. Sueldos y Salarios personal Administrativo

Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Gerente	1	\$ 1.086,60	\$ 13.039,20
Secretaria-Contadora	1	\$ 633,85	\$ 7.606,20
Enfermera	1	\$ 534,25	\$ 6.410,94
Conserje	1	\$ 507,08	\$ 6.084,96
Guardia	1	\$ 507,08	\$ 6.084,96
Total			\$ 39.226,26

Anexo 14. Sueldos y Salarios personal de ventas

Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Cajero/(Boletaría-Patio de comida)	2	\$ 507,08	\$ 12.169,92
Total			\$ 12.169,92

Anexo 15. Materia Prima

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Patio de comida	\$ 5.100,00	\$ 61.200,00
Salón de fiestas	\$ 210,00	\$ 2.520,00
Total		\$ 63.720,00

Anexo 16. Materiales

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Patio de comida	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Boletería	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Fiestas	\$ 80,00	\$ 960,00
Área de esparcimiento	\$ 50,00	\$ 600,00
Total		\$ 7.560,00

Anexo 17. Insumos

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Agua Potable	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Luz	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Teléfono	\$ 60,00	\$ 720,00
Internet	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Tv cable	\$ 45,00	\$ 540,00
Gasolina (movilización)	\$ 60,00	\$ 720,00
Uniformes	\$ -	\$ 650,00
Útiles de aseo	\$ -	\$ 2.013,30
Total		\$ 9.083,30

Anexo 18. Gastos de mantenimiento

Detalle	Valor	%	Costo Mensual	Costo Anual
Edificio	\$ 83.070,00	2%	\$ 138,45	\$ 1.661,40
Equipos y herramientas	\$ 9.176,06	1%	\$ 7,65	\$ 91,76
Muebles y enseres	\$ 5.734,39	1%	\$ 4,78	\$ 57,34
Equipos de oficina	\$ 705,00	1%	\$ 0,59	\$ 7,05
Equipos de computo	\$ 3.092,94	2%	\$ 5,15	\$ 61,86
Vehículo	\$ 15.000,00	2,50%	\$ 31,25	\$ 375,00
Total				\$ 2.254,41

Anexo 19. Equipos y herramientas área administrativa

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Anual
Cafetera Umco	2	\$ 39,99	\$ 79,98
Dispensador de agua fría y caliente TCL	3	\$ 134,00	\$ 402,00
Total			\$ 481,98

Anexo 20. Equipos y herramientas del salón de fiestas

Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Tv Samsung 55 Smart 4k	1	\$ 639,00	\$ 639,00
Tacho Led 18w Luz Uv Negra Potente	1	\$ 24,98	\$ 599,52
Máquina de burbujas	1	\$ 25,48	\$ 305,76
Amplificador Av 5.1 Ch + Sistema De Parlantes Yamaha 550w	1	\$ 759,00	\$ 759,00
Micrófono Inalámbrico Profesional Doble American Twm-2192	2	\$ 32,99	\$ 65,98
Total			\$ 2.369,26

Anexo 21. Equipos y herramientas del patio de comidas

Detalle	Cantidad	Costo	
		Mensual	Anual
Freidora + Plancha + Cocina Industrial Acero Inoxidable	1	\$ 850,00	\$ 850,00
Campana Extractor De Olores 90 Cm Rca De Pared 750 M3/hr	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Microondas Samsung 1.1pies 32 Lt Interior Cerámica Blanco	1	\$ 129,99	\$ 129,99
Congelador Horizontal Electrolux 380 Litros 3 Años Garantía	1	\$ 434,99	\$ 434,99
Haceb Horno Empotrable A Gas Con Grill 67 Litros	1	\$ 319,00	\$ 319,00
Refrigeradora Lg Inverter Cromada 6261lts 21 Pies 2 Puertas	1	\$ 989,99	\$ 989,99
Tostadora De 2 Panes Oster, Acero Inoxidable	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Sanduchera Waflera Oster Reversible Cg120w-012 Clásica Grill	1	\$ 73,99	\$ 73,99
Kitchen Aid Batidora De Pedestal 10 Vel. 325w	1	\$ 351,00	\$ 351,00
Cafetera Umco 30 Tazas Eléctrica	1	\$ 39,99	\$ 39,99
Licuada Oster Motor Reversible Procesadora Alimentos	2	\$ 109,99	\$ 219,98
Freidora Completa Papas, Pollo Broster, Hamburguesas	1	\$ 205,00	\$ 205,00
Extractor De Jugos Echef Pro S1380j Frutas Hortalizas 700w	1	\$ 52,99	\$ 52,99
Canguilera Fpstpp7310-013 Oster	1	\$ 137,95	\$ 137,95
Tanque De Gas Industrial 45 Kg	2	\$ 99,99	\$ 199,98
Master Chef, Utensilios De Cocina, Star Wars, Cocina, Marvel	2	\$ 120,00	\$ 240,00

Lavabo Fregadero Industrial Mesas Acero Inoxidable Fabricamo	1	\$ 275,99	\$ 275,99
Total			\$ 4.785,84

Anexo 22. Equipos y herramientas área de esparcimiento

Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Samsung Smart Tv 50 4k Hdr Serie 7 Model Nu7095	1	\$ 494,99	\$ 494,99
Gemini Americano! Parlante Amplificado Bluetooth + Pedestal	1	\$ 79,99	\$ 79,99
Total			\$ 574,98

Anexo 23. Equipos y herramientas área de enfermería

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Anual
Termómetro higrómetro digital	2	\$ 20,00	\$ 40,00
cinta métrica antropometría	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Lámpara interna pupilar	1	\$ 19,00	\$ 19,00
Martillo de reflejos	2	\$ 15,00	\$ 30,00
medidores de flujo espiratorio	1	\$ 138,00	\$ 138,00
Tensiómetro y estetoscopio Kit Quirúrgico	1	\$ 39,00	\$ 39,00
Botiquín de primeros auxilios	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Tanque oxigeno medicinal 1m3	1	\$ 98,00	\$ 98,00
Total			\$ 444,00

Anexo 24. Equipos y herramientas área de boletería

Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Televisor Lg 45 pulgadas	1	\$ 520,00	\$ 520,00
Total			\$ 520,00

Anexo 25. Muebles y enseres área administrativa

Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Escritorios Tipo L, sillones Ejecutivos	4	\$ 195,00	\$ 780,00
Silla Oficina Ejecutiva Escritorio Ergonómica Con Cabecera	4	\$ 74,99	\$ 299,96
Silla De Espera Tripersonal	2	\$ 130,00	\$ 260,00
Archivador Gaveta En Metal	3	\$ 75,00	\$ 225,00
Total			\$ 1.339,96

Anexo 26. Muebles y enseres del salón de fiestas

Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Sillas Plásticas Consulpas Robusta Para Fiestas Y Eventos	100	\$ 5,00	\$ 500,00
Mesas Plásticas Pika Reforzadas Cuadradas	30	\$ 20,00	\$ 600,00
Total			\$ 1.100,00

Anexo 27. Muebles y Enseres del patio de comidas

Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Mesa Rectangular Sevilla Pica 920325h0	20	44	880
Sillas Plásticas Perugia Pika Reforzadas	65	7,35	477,75
Mesones De Granito 2.40 X 0.65. Desde 23.29 El Metro Lineal	3	55,9	167,7
Total			1525,45

Anexo 28. Muebles y Enseres área de esparcimiento

Detalle	Cantidad	Costo	
		Mensual	Anual
Mueble De Espera Para Tres Personas	4	\$ 130,00	\$ 520,00
Banca Metálica, parques y Jardines	4	\$ 185,00	\$ 740,00
Total			\$ 1.260,00

Anexo 29. Muebles y Enseres área de enfermería

Detalle	Cantidad	Costo	
		Mensual	Anual
Mesa Escritorios Pc Oficina	1	\$ 58,00	\$ 58,00
Silla Giratoria De Oficina Ejecutiva Con Malla Apoya Brazo	1	\$ 48,99	\$ 48,99
Camilla De Exploración + mesa De Curaciones +`gradilla	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Total			\$ 286,99

Anexo 30. Muebles y Enseres área de boletería

Detalle	Cantidad	Costo	
		Mensual	Anual
Silla Giratoria De Oficina Ejecutiva Con Malla Apoya Brazo	1	\$ 48,99	\$ 48,99
Archivadores ,escritorios, casilleros, Muebl De Oficina	1	\$ 115,00	\$ 115,00
Mesa Escritorios Pc Oficina	1	\$ 58,00	\$ 58,00
Total			\$ 221,99

Anexo 31. Equipo de cómputo área administrativa

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Hp 15-dy1751 Touch Core I5-1035g1 512 Ssd 8gb Inc	1	\$ 615,00	\$ 615,00
Computador De Escritorio Core I7/4gb/500gb/19	4	\$ 359,99	\$ 1.439,96
Impresora Tinta Continua Hp 315 Multifunción USB =Epson L380	2	\$ 159,00	\$ 318,00
Total			\$ 2.372,96

Anexo 32. Equipo de cómputo salón de fiestas

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computador De Escritorio Core I7/4gb/500gb/19	1	\$ 359,99	\$ 359,99
Total			\$ 359,99

Anexo 33. Equipo de cómputo área de enfermería

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computador De Escritorio Core I7/4gb/500gb/19	1	\$ 359,99	\$ 359,99
Total			\$ 359,99

Anexo 34. Equipo de oficina área administrativa

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Central Telefónica 2 Líneas 8 Extensiones	1	\$ 125,00	\$ 125,00
Total			\$ 125,00

Anexo 35. Equipo de oficina del patio de comidas

Detalle	Cantidad	Costo	Costo Total
		Unitario	
Caja Registradora Casio Pcr-t273	1	\$ 290,00	\$ 290,00
Total			\$ 290,00

Anexo 36. Equipo de oficina área de boletería

Detalle	Cantidad	Costo	Costo Total
		Unitario	
Caja Registradora Casio Pcr-t273	1	\$ 290,00	\$ 290,00
Total			\$ 290,00

Anexo 37. Materiales para el patio de comida

Detalle	Cantidad	Costo	Costo Total
		Unitario	
Caja Recipiente Desechable Papas X 12und Cartón con logo de <i>PlayKids</i>	8000	\$ 0,08	\$ 640,00
Vasos Desechables 12oz Biodegradables - Ecológicos X 50 Unid	8000	\$ 0,15	\$ 1.200,00
Cajas para canguil con logo	8000	\$ 0,05	\$ 400,00
Porta Hamburguesas, Pizza, Papas, Hot-dogs, Caja, Conos, Etc.	17000	\$ 0,05	\$ 850,00
Toallas de cocina	100	\$ 1,50	\$ 150,00
Servilletas De Papel Con Logo A Uno O Dos Colores	30500	\$ 0,02	\$ 610,00
Toalla Z Sanitisú	100	\$ 1,60	\$ 160,00
Kit Cubiertos Plásticos Desechables	3000	\$ 0,25	\$ 750,00
Total			\$ 4.760,00

Anexo 38. Materiales para el área de boletería

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Pulseras de papel	18250	\$ 0,10	\$ 1.825,00
Otros	10	\$ 40,00	\$ 400,00
Total			\$ 2.225,00

Anexo 39. Materiales para el área de fiestas

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Globos con logo	5000	\$ 0,08	\$ 400,00
Serpentinas	150	\$ 0,10	\$ 15,00
forros sillas	20	\$ 10,00	\$ 200,00
Otros	50	\$ 20,00	\$ 1.000,00
Total			\$ 1.615,00

Anexo 40. Útiles de aseo

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escobas De Cerdas Largas Impoexito	15	\$ 2,99	\$ 44,85
Trapeador	15	\$ 2,88	\$ 43,20
Jabón liquido	30	\$ 12,90	\$ 387,00
Desinfectante Para Piso Clean Aemc – Galón	30	\$ 3,56	\$ 106,80
Detergente 15 Kilos	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Toalla Z Scott Paq X 175 Hojas	6	\$ 39,80	\$ 238,80
Cloro Liquido Harpi	20	\$ 2,74	\$ 54,80
Ambientales	24	\$ 2,50	\$ 60,00
Recogedor de basura	6	\$ 1,50	\$ 9,00
Franelas Rojas, Verdes, Azules	30	\$ 1,30	\$ 39,00
Tacho Acero Inoxidable 12 Lt	15	\$ 24,99	\$ 374,85
Tacho Plástico P/basura C/ruedas C/tapa 120 Lts Gris	3	\$ 53,00	\$ 159,00
Papelera Basurero Multicolor	8	\$ 3,75	\$ 30,00
Papel Higiénico 200m Industrial.	40	\$ 3,00	\$ 120,00
Secador De Manos Eléctrico 1800w Automático	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Set De Esponja E Ilustre 4 Pcs	35	\$ 1,20	\$ 42,00
Detergente En Polvo	2	\$ 37,00	\$ 74,00
Lavaplatos	20	\$ 1,50	\$ 30,00
Total			\$ 2.013,30

Anexo 41. Requerimiento e insumos

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Agua Potable	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Luz	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Teléfono	\$ 60,00	\$ 720,00
Internet	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Tv cable	\$ 45,00	\$ 540,00
Gasolina (movilización)	\$ 60,00	\$ 720,00
Uniformes		\$ 650,00
Total		\$ 7.070,00

Anexo 42. Útiles de oficina

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Papel Bond Xerox 75gr A4 Caja	10	\$ 2,48	\$ 24,80
Xerox 10 Resmas			
Archivador Carpeta Econom. L8/14/telegrama.	8	\$ 1,80	\$ 14,40
Bolígrafos personalizados con logo	15	\$ 0,55	\$ 8,25
carpetas de cartón con logo	50	\$ 0,55	\$ 27,50
Tinta de colores para Epson	4	\$ 26,75	\$ 107,00
Agendas personalizadas	8	\$ 3,50	\$ 28,00
Flash Memory Memoria Pen Drive Kingston 32 Gb USB	4	\$ 11,50	\$ 46,00
Otros	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Total			\$ 355,95

Anexo 43. Souvenirs

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Agendas Personalizadas con Logo	25	\$ 3,50	\$ 87,50
Bolígrafos personalizados con logo	50	\$ 0,55	\$ 27,50
Flash Memory Pendrive Kingston 8gb 16gb 32gb Metálico personalizado	10	\$ 6,50	\$ 65,00
Bolsos tipo mochila personalizados	35	\$ 2,50	\$ 87,50
Total			\$ 267,50

Anexo 44. Gastos de publicidad y propaganda

Detalle	Costo Unitario	Costo Total
Univisión tv	\$ 550,00	\$ 1.100,00
TV Austral	\$ 600,00	\$ 1.800,00
Radio canela	\$ 600,00	\$ 1.200,00
Prensa	\$ 180,00	\$ 1.080,00
Redes Sociales	\$ 50,00	\$ 600,00
Flayers	\$ 80,00	\$ 480,00
sms (paquete 5000)	\$ -	\$ 150,00
Total		\$ 6.260,00

Anexo 45. Gastos de Depreciación

Activo	Costo	Vida útil/años	Depreciación acumulada
Edificio	\$ 83.070,00	20	\$ 4.153,50
Equipos y herramientas	\$ 9.176,06	10	\$ 917,61
Muebles y Enseres	\$ 5.734,39	10	\$ 573,44
Equipos de computo	\$ 3.092,94	3	\$ 1.030,98
Equipos de oficina	\$ 705,00	5	\$ 141,00
Vehículo	\$ 15.000,00	5	\$ 3.000,00
			9816,525

Anexo 46. Depreciación acumulada

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Edificio	\$ 4.153,50	\$ 8.307,00	\$ 12.460,50	\$ 16.614,00	\$ 20.767,50	\$ 24.921,00	\$ 29.074,50	\$ 33.228,00	\$ 37.381,50	\$ 41.535,00
Equipos y herramientas	\$ 917,61	\$ 1.835,21	\$ 2.752,82	\$ 3.670,42	\$ 4.588,03	\$ 5.505,64	\$ 6.423,24	\$ 7.340,85	\$ 8.258,45	\$ 9.176,06
Muebles y Enseres	\$ 573,44	\$ 1.146,88	\$ 1.720,32	\$ 2.293,76	\$ 2.867,20	\$ 3.440,63	\$ 4.014,07	\$ 4.587,51	\$ 5.160,95	\$ 5.734,39
Equipos de computo	\$ 1.030,98	\$ 2.061,96	\$ 3.092,94							
Equipos de oficina	\$ 141,00	\$ 282,00	\$ 423,00	\$ 564,00	\$ 705,00	\$ 846,00	\$ 987,00	\$ 1.128,00	\$ 1.269,00	\$ 1.410,00
Vehículo	\$ 3.000,00	\$ 6.000,00	\$ 9.000,00	\$ 12.000,00	\$ 15.000,00					
Total Depreciación	\$ 9.816,53	\$ 19.633,05	\$ 29.449,58	\$ 35.142,18	\$ 43.927,73	\$ 54.713,27	\$ 64.498,82	\$ 74.284,36	\$ 84.069,91	\$ 93.855,45
Depreciación acumulada	\$ 9.816,53	\$ 9.816,53	\$ 9.816,53	\$ 8.785,55	\$ 8.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55	\$ 5.785,55

Anexo 47. Betas por Sector (US)

<i>Industry Name</i>	<i>Number of firms</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>Average (2015-20)</i>
Advertising	47	0,83	0,74	0,91	0,78	0,87	0,84
Aerospace/Defense	77	1,06	1,20	0,94	0,99	1,09	1,06
Air Transport	18	0,61	0,85	0,76	0,67	0,63	0,73
Apparel	51	0,86	0,88	0,71	0,85	0,76	0,82
Auto & Truck	13	0,59	0,47	0,38	0,59	0,34	0,48
Auto Parts	46	1,14	1,08	0,94	0,92	0,97	1,00
Bank (Money Center)	7	0,34	0,47	0,41	0,32	0,43	0,42
Banks (Regional)	611	0,37	0,36	0,36	0,39	0,40	0,39
Beverage (Alcoholic)	21	0,89	0,82	0,71	1,12	1,05	0,92
Beverage (Soft)	34	0,98	0,99	0,78	0,63	1,04	0,92
Broadcasting	27	0,83	0,75	0,70	0,65	0,51	0,70
Brokerage & Investment Banking	39	0,41	0,46	0,42	0,54	0,46	0,48
Building Materials	42	0,93	0,98	0,87	0,99	0,91	0,95
Business & Consumer Services	165	1,00	0,95	0,85	1,01	1,00	0,95
Cable TV	14	0,70	0,89	0,82	0,67	0,76	0,77
Chemical (Basic)	43	0,75	0,81	0,68	0,96	1,12	0,89
Chemical (Diversified)	6	0,99	1,27	1,22	1,79	1,49	1,33
Chemical (Specialty)	94	0,91	1,01	0,98	0,95	0,99	0,97
Coal & Related Energy	22	0,83	0,39	0,61	1,04	0,97	0,81
Computer Services	106	0,99	1,00	0,83	0,94	1,05	0,96
Computers/Peripherals	48	1,17	1,22	0,94	0,93	1,50	1,23
Construction Supplies	44	1,22	1,18	1,02	0,95	1,15	1,10
Diversified	23	0,70	0,74	0,63	1,01	1,14	0,91
Drugs (Biotechnology)	503	1,06	1,19	1,25	1,36	1,43	1,28
Drugs (Pharmaceutical)	267	0,95	0,94	0,93	1,13	1,38	1,10
Education	35	0,95	0,86	1,05	0,96	1,11	1,05
Electrical Equipment	113	1,14	1,03	1,04	1,02	1,18	1,12
Electronics (Consumer & Office)	20	1,38	1,16	0,97	1,08	1,22	1,18
Electronics (General)	153	1,01	0,98	0,83	0,91	0,96	0,96
Engineering/Construction	54	1,19	1,07	1,01	1,13	0,81	1,09
Entertainment	107	0,99	0,98	0,97	0,96	1,21	1,05
Environmental & Waste Services	82	0,94	0,82	0,63	0,70	0,96	0,85
Farming/Agriculture	31	0,58	0,77	0,62	0,56	0,50	0,61
Financial Svcs. (Non-bank & Insurance)	232	0,06	0,06	0,07	0,07	0,08	0,07
Food Processing	88	0,82	0,74	0,63	0,56	0,61	0,68
Food Wholesalers	17	1,26	0,61	0,93	1,41	1,23	1,02
Furn/Home Furnishings	35	0,92	1,00	0,69	0,67	0,67	0,80
Green & Renewable Energy	22	0,68	0,84	0,47	0,72	0,80	0,68
Healthcare Products	242	0,90	0,92	0,92	0,89	1,04	0,94
Healthcare Support Services	128	0,91	0,89	0,82	0,82	1,03	0,90

Healthcare Information and Technology	129	0,84	0,99	0,83	0,88	1,18	0,98
Homebuilding	32	0,92	0,81	0,77	0,89	0,72	0,80
Hospitals/Healthcare Facilities	36	0,59	0,44	0,45	0,51	0,55	0,53
Hotel/Gaming	65	0,83	0,68	0,67	0,74	0,71	0,76
Household Products	127	0,91	0,91	0,69	0,88	1,00	0,89
Information Services	69	1,04	0,92	0,87	0,82	1,05	0,96
Insurance (General)	19	0,80	0,82	0,71	0,63	0,67	0,71
Insurance (Life)	24	0,75	0,91	0,80	0,81	0,70	0,78
Insurance (Prop/Cas.)	51	0,69	0,75	0,70	0,73	0,65	0,69
Investments & Asset Management	192	0,73	0,81	0,68	0,87	0,87	0,80
Machinery	120	1,11	1,23	0,93	1,04	1,01	1,07
Metals & Mining	92	0,91	0,87	0,89	0,96	1,11	0,97
Office Equipment & Services	22	1,00	1,29	1,09	1,10	1,33	1,18
Oil/Gas (Integrated)	4	0,76	1,38	0,95	1,25	1,06	1,09
Oil/Gas (Production and Exploration)	269	0,91	0,95	0,99	1,00	1,07	1,00
Oil/Gas Distribution	24	0,67	0,65	0,69	0,72	0,62	0,66
Oilfield Svcs/Equip.	136	1,32	1,41	1,11	1,06	1,07	1,20
Packaging & Container	24	0,70	0,91	0,60	0,55	0,74	0,70
Paper/Forest Products	15	0,59	0,89	0,83	0,98	1,17	0,95
Power	52	0,53	0,50	0,33	0,32	0,35	0,40
Precious Metals	83	1,05	1,03	1,10	0,95	1,15	1,10
Publishing & Newspapers	31	0,88	1,07	0,96	0,83	0,90	0,90
R.E.I.T.	234	0,43	0,41	0,41	0,42	0,41	0,42
Real Estate (Development)	20	0,82	0,93	0,47	0,61	0,87	0,77
Real Estate (General/Diversified)	12	1,47	1,03	1,09	0,73	1,33	1,19
Real Estate (Operations & Services)	57	0,89	0,99	0,62	0,80	0,95	0,82
Recreation	63	0,99	0,75	0,76	0,73	0,81	0,80
Reinsurance	2	1,12	0,89	0,65	0,47	0,88	0,80
Restaurant/Dining	77	0,74	0,64	0,61	0,70	0,65	0,68
Retail (Automotive)	26	0,85	0,76	0,63	0,65	0,76	0,75
Retail (Building Supply)	17	1,29	1,31	1,12	0,76	0,97	1,10
Retail (Distributors)	80	0,81	0,83	0,77	0,87	0,99	0,86
Retail (General)	18	0,85	0,92	0,82	0,87	0,75	0,86
Retail (Grocery and Food)	13	0,75	0,77	0,46	0,44	0,28	0,51
Retail (Online)	70	1,39	1,53	1,17	1,12	1,34	1,29
Retail (Special Lines)	89	0,85	0,81	0,76	0,82	0,80	0,79
Rubber& Tires	4	0,65	1,18	0,89	0,64	0,24	0,67
Semiconductor	72	1,17	1,32	1,11	1,16	1,26	1,21
Semiconductor Equip	39	1,17	1,22	1,10	0,99	1,39	1,19
Shipbuilding & Marine	10	0,94	0,84	0,85	1,01	0,78	1,00
Shoe	11	0,82	0,81	0,83	0,86	0,74	0,82
Software (Entertainment)	86	1,13	1,46	0,96	0,91	1,27	1,17
Software (Internet)	30	1,29	1,33	1,12	1,20	1,31	1,29

Software (System & Application)	363	1,06	1,25	0,99	1,02	1,16	1,10
Steel	32	0,90	0,86	1,19	1,53	1,29	1,18
Telecom (Wireless)	18	0,51	0,65	0,58	0,71	0,71	0,63
Telecom. Equipment	91	1,20	1,17	0,86	0,96	1,02	1,01
Telecom. Services	67	0,69	0,57	0,68	0,72	0,74	0,68
Tobacco	17	0,94	1,66	1,13	1,15	1,13	1,24
Transportation	18	0,77	1,19	0,83	0,80	0,90	0,91
Transportation (Railroads)	8	0,92	0,93	0,66	0,87	2,08	1,22
Trucking	33	0,92	1,03	0,76	0,81	0,71	0,88
Utility (General)	16	0,42	0,36	0,25	0,20	0,17	0,27
Utility (Water)	17	0,77	0,33	0,47	0,27	0,32	0,45
Total Market	7053	0,70	0,73	0,65	0,72	0,80	0,74
Total Market (without financials)	5878	0,87	0,9	0,85	0,90	1,00	0,92



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Fabiola Estefanía Peñaloza Urgiles, con C.C: # 0302230354 autora del trabajo de titulación: **“Estudio de factibilidad para un centro entretenimiento dirigido para niños de dos a doce años en la ciudad de Azogues provincia del Cañar”** noviembre 2019, previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, diciembre de 2020

Nombre: Fabiola Estefanía Peñaloza Urgiles,

C.C: 0302230354

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	“Estudio de factibilidad para un centro entretenimiento dirigido para niños de dos a doce años en la ciudad de Azogues provincia del Cañar” noviembre 2019		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Fabiola Estefanía Peñaloza Urgiles.		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Econ. Jack A. Chávez G, Econ. Juan López Vera, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Finanzas y Economía Empresarial		
GRADO OBTENIDO:	Magister en Finanzas y Economía Empresarial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Julio 2020	No. DE PÁGINAS:	183
ÁREAS TEMÁTICAS:	Viabilidad Económica y Financiera		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Children's entertainment center, merchandising, feasibility, corporate image, games.		

RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):

El objetivo del presente proyecto de investigación se basa en demostrar la factibilidad y viabilidad de la implementación de un centro de entretenimiento infantil dirigido para niños de dos a doce años de edad en el Cantón Azogues Provincia del Cañar, denominado *PlayKids*, por medio de la aplicación práctica de los conocimientos teóricos y técnicos convertidos en herramientas de investigación sostenible y sustentable. El centro de entretenimiento infantil oferta diversos juegos de entretenimiento como: *Playground*, piscina de pelotas, pared escaladora, cancha deportiva, parque infantil para niños pequeños, además de contar con parqueadero privado, área de esparcimiento para los padres de familia, patio de comidas y salón de eventos.

Para el presente proyecto se obtiene información directa (levantamiento de encuestas) del lugar donde se va a implementar el proyecto, conjuntamente con información de páginas web, de diferentes instituciones relacionadas con el objeto de estudio; las encuestas se aplicaron a padres y madres de familia que tengan niños de dos a doce años de edad; con los resultados de la investigación de mercado se determinó la demanda que nos permitirá definir los requerimientos para cubrir la demanda insatisfecha a través del análisis de la oferta; estudio técnico y organizacional para definir la infraestructura física, tecnológica y organizacional y por último el estudio económico y financiero para proceder con la evaluación de viabilidad y factibilidad económica y financiera. En base a los resultados del estudio financiero se demostró la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto, justificando la inversión y por ende la puesta en marcha del proyecto.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
---------------------	--	-----------------------------

CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-987552987	E-mail: faespeur@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Econ. Ma. Teresa Alcívar	
	Teléfono: 0990898747	
	E-mail: maria.alcivar10@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		