

UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**SISTEMA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**TEMA:**

“Viabilidad económica y financiera para la creación de un centro de diversión integral para niños en la ciudad de Loja.”

**ELABORADO POR:**

Alexandra Carolina Paz Cueva

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

**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN:**

Ing. María Josefina Alcívar Avilés, PhD.

Guayaquil, a los 24 días del mes de agosto año 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

## SISTEMA DE POSGRADO

### CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Ing. Alexandra Carolina Paz Cueva, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Finanzas y Economía Empresarial.

Guayaquil, a los 24 días del mes de agosto año 2021

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

f. \_\_\_\_\_  
Ing. María Josefina Alcívar Avilés, PhD.

REVISORES:

f. \_\_\_\_\_  
Ec. Carlos Martínez Murillo, Mgs.

f. \_\_\_\_\_  
Econ. Juan López Vera, Mgs.

DIRECTOR DEL PROGRAMA

f. \_\_\_\_\_  
Ec. Teresa Alcívar Avilés, Mgs.



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

## SISTEMA DE POSGRADO

### **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

YO, Alexandra Carolina Paz Cueva

#### DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “Viabilidad económica y financiera para la creación de un centro de diversión integral para niños en la ciudad de Loja.” 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 de la tesis del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 24 días del mes de agosto año 2021

EL AUTOR

f. \_\_\_\_\_  
Alexandra Carolina Paz Cueva



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO

## AUTORIZACIÓN

YO, Alexandra Carolina Paz Cueva

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación de Maestría titulado: “Viabilidad económica y financiera para la creación de un centro de diversión integral para niños en la ciudad de Loja”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 24 días del mes de agosto año 2021

EL AUTOR

f. \_\_\_\_\_  
Alexandra Carolina Paz Cueva

# REPORTE URKUND

The screenshot displays the URKUND web interface. At the top, the browser address bar shows the URL: `reporte.arkund.com/oid/view/11979740-14749-4487204-15401404765507M13AM15ac789M4g9AA+`. The main content area is divided into two sections:

- Document Information:**
  - Documento:** `TESIS_FINAL.pdf` (ID: 120000070)
  - Presentado:** 2022-01-01 10:06:16 (UTC)
  - Presentado por:** Teresa Alicia Ariles (mailto:ariles@uag.mx)
  - Revisado:** maria.achal@uag.mx (mailto:maria.achal@uag.mx)
  - Revisado por:** maria.achal@uag.mx (mailto:maria.achal@uag.mx)
  - Revisado en:** en estos 02 páginas, se componen de tres presenre en 0 fuentes.
- Lista de fuentes:**
  - Categoría:** Enlace/hombre de archivo
  - Fuentes alternativas:**
    - `TESIS_FINAL.pdf`
    - `tesis completa marco 2024 PROPOSICION DE LEY` (PDF, 15 abril 2024)
    - `TRABAJO DE INVESTIGACION PUBLICIDAD Y MARKETING CON EL USO DE DROONES.pdf`
    - `TESIS COMPLETA ALIARILES` (PDF, 15 abril 2024)

The main document preview area shows the following text:

PROPUESTA "libertad económica y financiera para la creación de un centro de desarrollo integral para niños en la ciudad de Lugo"

Presentada al Director del Centro Académico de Regencia en Finanzas (Escuela Superior de Regencia) del Seminario de Estudios de Posgrado en Finanzas y Comercio Exterior de la Universidad de Guadalajara, a cargo del Dr. Carlos Martínez Morfín, Rg. I, en el día 14 de agosto del mes de agosto del año 2022.

El autor declara que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Ing. Alejandro Carabina Pardo Ceballos, como requisito parcial para la obtención del Grado Académico de Regencia en Finanzas y Comercio Exterior de la Universidad de Guadalajara, a cargo del Dr. Carlos Martínez Morfín, Rg. I, en el día 14 de agosto del mes de agosto del año 2022. DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACION

Ing. María Josefina Alicia Ariles, PhD. REVISORA I

El. Carlos Martínez Morfín, Rg. I. \_\_\_\_\_ Econ. Juan López Vera, Rg. DIRECTOR DEL PROGRAMA

I. \_\_\_\_\_ Es. Teresa Alicia Ariles, Rg.

ii

PROPUESTA DE POSTGRADO DE ESPECIALIZACIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL, Alejandro Carabina Pardo Ceballos, QUE ES TRABAJO DE TITULACION "libertad económica y financiera para la creación de un centro de desarrollo integral para niños en la ciudad de Lugo" previa a la obtención del Grado Académico de Regencia.

Se otorga autorización en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme al sitio que contiene el texto de las páginas correspondientes, cuyos textos se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

total

autoría Es otorga esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y exactitud científica

Active Windows

Configuración de PC para activar Windows

Muestra todo X

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de manera especial a mis abuelitos Abdón Paz y Angélica Castillo por siempre haberme apoyado de manera incondicional y por brindarme su cariño, sus consejos y motivación durante todo este camino.

A mi tía Paquita Paz, por su apoyo incondicional quien siempre se ha preocupado por mí, demostrándome su cariño y apoyo en todo momento.

A Dios, ser sublime que permite la existencia de mi vida.

Alexandra Carolina Paz Cueva

## **AGRADECIMIENTO**

A mis abuelitos y tía por su amor y apoyo incondicional.

A la Phd. María Josefina Alcívar por su profesionalismo en la guía de la elaboración de este trabajo aportando con sus conocimientos y experiencia; así también por el tiempo dedicado al mismo.

A cada uno de los profesores que han compartido sus conocimientos en nuestra preparación profesional y personal.

Finalmente, agradezco a todas las personas, que siempre estaban dispuestos a darme una mano cuando más lo necesitaba.

Alexandra Carolina Paz Cueva

## Contenido

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA .....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
TABLAS .....	XIV
FIGURAS.....	XVI
RESUMEN.....	XVII
ABSTRACT.....	XVIII
CAPÍTULO I.....	2
1. Introducción .....	2
<b>1.1. Problema .....</b>	<b>3</b>
1.1.1. Antecedentes .....	3
1.1.2. Planteamiento del Problema.....	8
1.1.3. Justificación.....	8
1.1.4. Delimitación del Problema.....	9
<b>1.2. Objetivos .....</b>	<b>12</b>
1.2.1. Objetivo General .....	12
1.2.2. Objetivos Específicos .....	12
CAPÍTULO II .....	13
2. Marco Teórico y Conceptual .....	13
<b>2.1. Marco Teórico .....</b>	<b>13</b>
2.1.1. Centros de Diversión Integral Infantil.....	13
2.1.2. Tipos de Juegos de Entretenimiento.....	14
2.1.3. Arquitectura Lúdica de los Centros de Diversión Integral Infantil .....	15
2.1.4. Administración y Seguridad de los Centros de Diversión Integral Infantil .....	15
2.1.5. Proyecto de inversión .....	16

2.1.6.	Componentes de un proyecto .....	16
<b>2.2.</b>	<b>Marco Conceptual .....</b>	<b>16</b>
2.2.1.	Estudio de mercado .....	16
2.2.2.	Demanda.....	17
2.2.3.	Oferta.....	18
2.2.4.	Demanda Insatisfecha.....	18
2.2.5.	Estrategias de Marketing .....	19
2.2.6.	Plan de Comercialización.....	19
2.2.7.	Análisis de la Oferta y de la Demanda Social .....	21
<b>2.3.</b>	<b>Estudio Técnico .....</b>	<b>21</b>
2.3.1.	Tamaño y Localización del Proyecto .....	22
2.3.2.	Ingeniería del Proyecto.....	23
2.3.3.	Proceso Productivo.....	24
2.3.4.	Requerimientos Técnicos .....	25
2.3.5.	Estudio Organizacional .....	25
<b>2.4.</b>	<b>Estudio Financiero.....</b>	<b>26</b>
2.4.1.	Inversión Inicial.....	27
2.4.2.	Financiamiento .....	28
2.4.3.	Análisis de Costos .....	29
2.4.4.	Costos fijos.....	30
2.4.5.	Costos variables.....	30
2.4.6.	Ingresos .....	30
2.4.7.	Punto de equilibrio .....	31
2.4.8.	Presupuesto proyectado.....	31

2.4.9.	Estados de Resultados .....	31
2.4.10.	Flujo de caja .....	31
2.4.11.	Indicadores financieros.....	32
<b>2.5.</b>	<b>Marco Legal .....</b>	<b>36</b>
2.5.1.	Normativa vigente .....	37
2.5.2.	Plan de Contingencias .....	38
2.5.3.	Certificado Ambiental .....	38
	CAPÍTULO III .....	39
	<b>Marco Metodológico .....</b>	<b>39</b>
<b>3.1.</b>	<b>Enfoque de la Investigación .....</b>	<b>40</b>
<b>3.2.</b>	<b>Diseño de investigación .....</b>	<b>41</b>
<b>3.3.</b>	<b>Muestreo .....</b>	<b>42</b>
<b>3.4.</b>	<b>Universo y muestra. ....</b>	<b>42</b>
<b>3.5.</b>	<b>Proceso de recolección de los datos.....</b>	<b>43</b>
<b>3.6.</b>	<b>Análisis de los resultados .....</b>	<b>44</b>
	CAPÍTULO IV .....	46
<b>4.1.</b>	<b>Objetivos del Estudio de Mercado .....</b>	<b>46</b>
<b>4.2.</b>	<b>Caracterización del Servicio .....</b>	<b>47</b>
4.2.1.	Servicios Sustitutos .....	48
4.2.2.	Servicios Complementarios.....	48
<b>4.3.</b>	<b>Investigación de Mercados .....</b>	<b>48</b>
4.3.1.	Metodología de la Investigación .....	48
4.3.2.	Segmentación de mercado.....	50
4.3.3.	Población y muestra .....	51

4.3.4.	Diseño del Instrumento de Investigación .....	53
4.3.5.	Trabajo de campo .....	53
4.3.6.	Procesamiento y Análisis de la Información .....	54
4.3.7.	Resultados del levantamiento de información.....	55
4.3.8.	Demanda Histórica, Actual y Futura .....	63
<b>4.4.</b>	<b>Análisis de la Oferta de Centros de Entretenimiento en la Ciudad de Loja .....</b>	<b>66</b>
4.4.1.	Factores que Afectan la Oferta.....	66
4.4.2.	Oferentes Actuales .....	66
4.4.3.	Proyección de la Oferta .....	67
<b>4.5.</b>	<b>Cálculo de la Demanda Insatisfecha para la Creación de un Centro De Diversión Infantil en la Ciudad de Loja.....</b>	<b>68</b>
<b>4.6.</b>	<b>Desarrollo de un Plan de Comercialización para el Centro de Diversión Infantil.</b>	<b>68</b>
4.6.1.	Estrategia de Servicio.....	69
4.6.2.	Estrategia de Precio .....	70
4.6.3.	Estrategia de promoción/publicidad.....	71
4.6.4.	Estrategia de Plaza.....	71
4.6.5.	Matriz Porter - Estrategias.....	72
CAPÍTULO V .....		73
Estudio Técnico para la creación de un centro de entretenimiento en la ciudad de Loja ..		73
<b>5.1.</b>	<b>Análisis y determinación localización del proyecto.....</b>	<b>73</b>
5.1.1.	Macrolocalización .....	73
5.1.2.	Microlocalización.....	74
5.1.3.	Accesibilidad y comunicación.....	74
<b>5.2.</b>	<b>Análisis y determinación del tamaño del proyecto .....</b>	<b>75</b>

5.2.1.	Factores que determinan el tamaño .....	75
<b>5.3.</b>	<b>Análisis, disponibilidad y costos de los requerimientos del proyecto .....</b>	<b>80</b>
<b>5.4.</b>	<b>Ingeniería del proyecto.....</b>	<b>80</b>
5.4.1.	Flujograma de los procesos .....	81
<b>5.5.</b>	<b>Estimación de la Inversión requerida .....</b>	<b>82</b>
<b>5.6.</b>	<b>Determinación de la estructura de la empresa y requerimiento del personal. .</b>	<b>82</b>
<b>5.6.1.</b>	<b>Estructura Organizacional.....</b>	<b>84</b>
<b>5.7.</b>	<b>Estudio Financiero.....</b>	<b>86</b>
5.7.1.	Inversión Inicial.....	86
5.7.2.	Activos fijos .....	86
5.7.3.	Activos diferidos .....	90
5.7.4.	Capital de trabajo inicial.....	90
<b>5.8.</b>	<b>Presupuestos de ingresos y costos .....</b>	<b>91</b>
5.8.1.	Ingresos .....	91
5.8.2.	Análisis de costos .....	92
<b>5.9.</b>	<b>Punto de equilibrio.....</b>	<b>95</b>
<b>5.10.</b>	<b>Presupuesto proyectado.....</b>	<b>97</b>
<b>5.11.</b>	<b>Estado de Resultados .....</b>	<b>98</b>
<b>5.12.</b>	<b>Flujo de caja .....</b>	<b>99</b>
<b>5.13.</b>	<b>Indicadores Financieros.....</b>	<b>101</b>
<b>5.14.</b>	<b>Plan de financiamiento.....</b>	<b>102</b>
<b>5.15.</b>	<b>Análisis de sensibilidad.....</b>	<b>103</b>
	CONCLUSIONES .....	107
	RECOMENDACIONES .....	108

Referencias bibliográficas .....	109
ANEXOS.....	113

## TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Población por grupos de edad, Loja 2010 – 2020</i> .....	6
<b>Tabla 2</b> <i>Población y porcentaje de niños mayores a 1 año y menores a 10 años.</i> .....	7
<b>Tabla 3</b> <i>Tipos de información</i> .....	49
<b>Tabla 4</b> <i>Conoce sobre lo que es un Centro de Diversión Infantil</i> .....	55
<b>Tabla 5</b> <i>Hay niños de entre 1 y 10 años es esta casa</i> .....	56
<b>Tabla 6</b> <i>Rangos de edad de encuestados</i> .....	57
<b>Tabla 7</b> <i>Estado civil de encuestados</i> .....	58
<b>Tabla 8</b> <i>Nivel de estudios más alto obtenido</i> .....	59
<b>Tabla 9</b> <i>Actividad económica principal</i> .....	60
<b>Tabla 10</b> <i>Nivel de ingresos familiares</i> .....	61
<b>Tabla 11</b> <i>Número promedio de hijos</i> .....	61
<b>Tabla 12</b> <i>Actividades que realizan los niños del hogar</i> .....	62
<b>Tabla 13</b> <i>Actividades que realizan los niños del hogar</i> .....	63
<b>Tabla 14</b> <i>Resumen Inversión Inicial</i> .....	86
<b>Tabla 15</b> <i>Equipos, materiales y herramientas</i> .....	87
<b>Tabla 16</b> <i>Equipos de oficina</i> .....	88
<b>Tabla 17</b> <i>Equipos de computación</i> .....	89
<b>Tabla 18</b> <i>Muebles y enseres</i> .....	89
<b>Tabla 19</b> <i>Activos diferidos</i> .....	90
<b>Tabla 20</b> <i>Capital de trabajo</i> .....	90
<b>Tabla 21</b> <i>Capital de trabajo</i> .....	91
<b>Tabla 22</b> <i>Depreciaciones y amortizaciones</i> .....	92
<b>Tabla 23</b> <i>Gastos administrativos</i> .....	94

<b>Tabla 24</b> <i>Gastos de comercialización</i> .....	95
<b>Tabla 25</b> <i>Costos variables</i> .....	95
<b>Tabla 26</b> <i>Ingresos proyectados</i> .....	97
<b>Tabla 27</b> <i>Costos proyectados</i> .....	97
<b>Tabla 28</b> <i>Flujo de caja</i> .....	100
<b>Tabla 29</b> <i>Plan de financiamiento</i> .....	102
<b>Tabla 30</b> <i>Análisis de sensibilidad incrementando un 18.90% los costos</i> .....	103
<b>Tabla 31</b> <i>Análisis de sensibilidad disminuyendo un 14, 8 % los ingresos</i> .....	105
<b>Tabla 32</b> <i>Matriz de verificación del MIES</i> .....	116
<b>Tabla 33</b> <i>Tipos de información</i> .....	119

## FIGURAS

<b>Figura 1</b> <i>Fases del proceso de análisis de datos</i> .....	45
<b>Figura 2</b> <i>Conocimiento sobre centro de diversión infantil</i> .....	56
<b>Figura 3</b> <i>hay niños en el hogar</i> .....	56
<b>Figura 4</b> <i>Rangos de edad de encuestados</i> .....	57
<b>Figura 5</b> <i>Estado civil de encuestados</i> .....	58
<b>Figura 6</b> <i>Nivel de estudios más alto obtenido</i> .....	59
<b>Figura 7</b> <i>Actividad económica principal</i> .....	60
<b>Figura 8</b> <i>Nivel de ingresos familiares</i> .....	61
<b>Figura 9</b> <i>Actividades que realizan los niños del hogar</i> .....	62
<b>Figura 10</b> <i>Consideraría un Centro de Diversión Infantil</i> .....	63
<b>Figura 11</b> <i>Macrolocalización del Centro de Diversión infantil</i> .....	73
<b>Figura 12</b> <i>Microlocalización del Centro de Diversión Infantil – Google Maps</i> .....	74
<b>Figura 13</b> <i>Distribución de áreas del Centro de Diversión Infantil Pekeventura - <a href="https://www.shutterstock.com/es/search?image_type=illustration">https://www.shutterstock.com/es/search?image_type=illustration</a></i> .....	79
<b>Figura 14</b> <i>Flujograma de procesos</i> .....	81
<b>Figura 15</b> <i>Organigrama del Centro de Diversión Infantil Pekeventura</i> .....	84

## RESUMEN

El desarrollo de iniciativas de emprendimiento que muestre soluciones reales y factibles a problemas actuales siempre es un ejercicio que requiere tiempo, análisis y sobre todo adaptación a las necesidades identificadas. En la actualidad y por efecto de la pandemia por el Covid-19, se ha detectado un gran preocupación en las familias derivadas de un confinamiento complejo y lleno de dificultades para los padres de familia quienes ve a sus hijos sin tener que hacer en los tiempos de ocio, de ahí surge la iniciativa de la creación de un Centro de Diversión Integral para niños en Loja, que al mismo tiempo les permita iniciar un proceso de desarrollo y aprendizaje de manera natural

El presente proyecto analiza la viabilidad económica y financiera del proyecto de implementación del centro, que brinde un espacio de distracción, diversión y de interacción entre niños, ayude a solventar la falta de roce natural entre los niños; para ello se inicia con el estudio de mercado que determine si existe una demanda insatisfecha, se incluye un estudio de marketing que contemple estrategias para introducir y posicionar al centro; se continúa con un estudio técnico que evalúe los requerimientos para la ejecución y desarrollo del proyecto; y, por último se presenta el estudio económico financiero que identifique inversión, financiamiento y costos; y que mediante indicadores financieros determine la viabilidad de la creación del Centro.

Finalmente, con la ejecución del proyecto se generará fuentes de empleo y ofrecerá una alternativa de entretenimientos y aprendizaje para niños de Loja.

**Palabras claves:** desarrollo infantil, lúdica, actividades, demanda, estudio técnico, financiero, método Montessori.

## **ABSTRACT**

The development of entrepreneurship initiatives that show real and feasible solutions to current problems is always an exercise that requires time, analysis and above all adaptation to the identified needs. At present and due to the effect of the Covid-19 pandemic, a great concern has been detected in families derived from a complex confinement and full of difficulties for parents who see their children without having to do in the times leisure, hence the initiative to create a Comprehensive Entertainment Center for children in Loja, which at the same time allows them to start a process of development and learning in a natural way. This project analyzes the economic and financial viability of the project to implement the center, which provides a space for distraction, fun and interaction between children, helps to solve the lack of natural contact between children; For this, it begins with the market study to determine if there is an unsatisfied demand, including a marketing study that includes strategies to introduce and position the center; a technical study continues to evaluate the requirements for the execution and development of the project; and, finally, the financial economic study is presented that identifies investment, financing and costs; and that by means of financial indicators it determines the viability of the creation of the Center. Finally, with the execution of the project, sources of employment will be generated and it will offer an alternative of entertainment and learning for children of Loja.

**Keywords:** child development, play, activities, demand, technical study, financial, Montessori method.

# **CAPÍTULO I**

## **Introducción**

Vivimos en una sociedad compleja y expuesta a continuos cambios, en los hábitos, en las preferencias de consumo, en la tecnología, en las relaciones interpersonales, entre otros., la familia y su interacción privilegia el trabajo, el estudio y el consumo como estilo de vida, y donde aprovechar el tiempo libre para ocio, recreación y aprendizaje de los niños, se convierte en un tema trascendental, siendo un verdadero reto para los padres de familia el lograrlo.

El desarrollo y aprendizaje de los niños es un proceso que se realiza de manera natural, por cuanto tienen inclinación innata por descubrir y la capacidad de absorber nuevos conocimientos; y, lograr encaminar, motivar e impulsar esta condición se convierte en una necesidad no siempre asumida.

El proceso de desarrollo de los niños está influenciado por varios factores entre ellos el ambiente en que se desenvuelven, la biología y genética, la interacción y relacionamiento con personas cercanas y el aprendizaje. Programa de Formación de Educadores (2001).

El aprendizaje es la adquisición de habilidades, conocimientos y destrezas que se desarrollan a través de la conducta, es decir, de la manera en que nos relacionamos con otras y otros. Esta adquisición de conocimientos está influenciada por las experiencias cotidianas que vivimos y el proceso de desarrollo, ya que éste determinará cuando estamos listos para adquirir y comprende determinado aprendizaje. Programa de Formación de Educadores (2001).

El juego resulta de una actividad creativa natural, sin aprendizaje anticipado, que proviene de la vida misma. Tanto para el ser humano como para el animal, el juego es una función necesaria y vital. Díaz (1993) lo caracteriza como una actividad pura, donde no existe interés alguno; simplemente el jugar es espontáneo, es algo que nace y se exterioriza. Es placentero; hace que la persona se sienta bien. Para Flinchum el juego abastece al niño de libertad para liberar la energía que tiene reprimida, fomenta las habilidades interpersonales y le ayuda a encontrar un lugar en el mundo social. Jugando, el niño aprende a establecer relaciones sociales con

otras personas, se plantea y resuelve problemas propios de la edad (1988). (Meneses & Monge, 2001)

Montessori propone un cambio radical en la visión del niño. El niño no ha de mirarse como un adulto en pequeño, considera que: El niño es la parte más importante de la vida del adulto. Es el constructor del adulto (...) tocar al niño es tocar el punto más sensible de un todo que tiene sus raíces con el pasado más remoto y que se dirige hacia el infinito porvenir. (Montessori, 2013)

El método propone que el niño debe ser educado en un ambiente libre y natural, en el cual puedan tomar decisiones sobre las actividades que deseen realizar, como qué materiales utilizar y el espacio a utilizar. El ambiente debe de ser adaptado a las necesidades del niño donde puedan relacionarlo con la realidad.

Para desarrollar el proceso de desarrollo y aprendizaje es necesario contar con espacios que cumplan normas de seguridad, entretenimiento y diversión, metodologías creativas que garanticen el desarrollo de los niños de manera integral, que coadyuven a la formación creativa, innovadora, humanista y al desarrollo de destrezas, habilidades y capacidades sociales para una mejor integración, empatía al campo educativo y social.

Según Gerardo L. Taccone, menciona: “existe demanda constante en el área de la recreación, de todo tipo, y para todas las edades. Hoy en día las personas buscan que hacer en su tiempo libre y el de su familia (2015). Por esta razón, es importante la creación de estos tipos de centros de diversión integral para niños que a pesar de brindar diversión también pueden brindar programas educativos de formación, desarrollo y aprendizaje. (Sánchez, 2013)

## **1.1. Problema**

### ***1.1.1. Antecedentes***

Loja como ciudad y como sociedad presenta condiciones de vida que tienen ciertas particularidades propias, aunque que pueden ser similares a otras ciudades del Ecuador, si bien hay una dinámica laboral y comercial que permite aún disponer de tiempo para compartir con los miembros de la familia, el tiempo real o mejor

dicho la calidad de uso ese tiempo en actividades compartidas no es la mejor, especialmente con los niños, quienes ven afectado su natural desarrollo e integración.

Si a la anterior premisa le sumamos la progresiva y constante velocidad en la que la tecnología ha ido evolucionando y el fácil acceso a equipos como computadoras, celulares, tabletas, entre otros equipos con acceso a internet, la utilización del tiempo libre en los infantes es errada la mayoría de veces.

Dicha situación, aparentemente, tiende a aumentar por la disminución de momentos racionales de ocio y diversión para niños y niñas, necesarios para una formación y desarrollo adecuados.

Las distorsiones existentes actualmente tienen incidencia directa en los infantes y tienden a derivar en comportamientos agresivos, lejanos, introvertidos, ásperos, y otros, en muchos casos.

Muchos padres de familia, por las actividades económicas que realiza, no disponen de todo el tiempo que el desarrollo y aprendizaje de los niños requiere, y, si bien las escuelas son una ayuda inestimable al copar parte del tiempo de aquellos en temas eminentemente académicos, la parte complementaria de su desarrollo, que es la utilización de su tiempo de ocio, no siempre es adecuadamente distribuida.

Aunque en la ciudad de Loja se puede contar con espacios de fortalecimiento de habilidades musicales (en centros de formación musical como el Conservatorio Nacional de Música Salvador Bustamante Celi, el Conservatorio Particular de Arte Anton Bruckner, diversas academias y cursos particulares); además de Academias y clubes de baile, pintura, diseño, modelaje. Deportivas como de fútbol, básquet, voleibol, ajedrez, karate y defensa personal, entre otras., académicas de aprendizaje de lenguas extranjeras como inglés, francés, entre otras.

Todos estos espacios y otros similares, no recogen una particularidad esencial en el desarrollo infantil, que se relaciona con la pura diversión, el juego y la integración social natural. Recogen, eso sí, las necesidades de generar, fortalecer y desarrollar las aptitudes en dichos campos en los niños, para tratar de que los talentos innatos afloren y evolucionen.

Vale mencionar, que el contraste generacional hace que, frente a infantes de otras épocas, los juegos actuales son diametralmente diferentes, sin incluir esfuerzos físicos, creativos, de relaciones humanas directas, de integración o de impulso natural, hoy los juegos tienden a ser virtuales, individualizados, lejanos.

Es importante dimensionar la población del cantón Loja, para cuantificar el número estimado de niños y niñas a quienes se dirige el análisis. Según los datos recabados de la página del Sistema Nacional de Información, que recopila información estadística oficial de diversas fuentes e instituciones públicas la población y su distribución por grupos de edad al año 2010, en el que se desarrolló el VII Censo de Población y VI de Vivienda, se muestran en la Tabla No. 1, además se incluye la proyección hasta el año 2020.

**Tabla 1***Población por grupos de edad, Loja 2010 – 2020*

<b>GRUPOS DE EIDADES</b>	<b>2.010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>&lt; 1 año</b>	4.947	4.983	5.011	5.039	5.066	5.091	5.116	5.139	5.161	5.181	5.199
<b>1 - 4</b>	19.344	19.458	19.573	19.686	19.806	19.928	20.041	20.149	20.253	20.351	20.444
<b>5 - 9</b>	22.976	23.205	23.416	23.607	23.775	23.926	24.074	24.214	24.355	24.500	24.648
<b>10 - 14</b>	22.159	22.526	22.864	23.168	23.444	23.695	23.926	24.137	24.329	24.497	24.650
<b>15 - 19</b>	22.683	23.238	23.762	24.251	24.703	25.117	25.493	25.833	26.138	26.410	26.652
<b>20 - 24</b>	22.497	23.136	23.769	24.397	25.012	25.606	26.169	26.698	27.186	27.633	28.036
<b>25 - 29</b>	19.017	19.616	20.221	20.829	21.440	22.052	22.664	23.271	23.870	24.453	25.015
<b>30 - 34</b>	15.301	15.826	16.369	16.921	17.482	18.050	18.626	19.206	19.792	20.380	20.970
<b>35 - 39</b>	13.007	13.386	13.799	14.243	14.719	15.223	15.749	16.292	16.846	17.409	17.980
<b>40 - 44</b>	11.712	11.969	12.245	12.543	12.869	13.227	13.615	14.035	14.489	14.975	15.490
<b>45 - 49</b>	10.801	11.052	11.300	11.545	11.792	12.043	12.307	12.589	12.894	13.227	13.593
<b>50 - 54</b>	9.236	9.516	9.792	10.062	10.325	10.581	10.832	11.079	11.324	11.570	11.820
<b>55 - 59</b>	7.511	7.762	8.022	8.288	8.559	8.832	9.104	9.371	9.634	9.890	10.139
<b>60 - 64</b>	6.237	6.434	6.641	6.858	7.086	7.324	7.568	7.823	8.084	8.350	8.617
<b>65 - 69</b>	4.802	4.956	5.113	5.275	5.443	5.618	5.801	5.993	6.194	6.405	6.625
<b>70 - 74</b>	3.686	3.814	3.946	4.080	4.216	4.354	4.495	4.640	4.790	4.944	5.105
<b>75 - 79</b>	2.845	2.945	3.049	3.157	3.269	3.383	3.502	3.622	3.744	3.868	3.994
<b>80 y Más</b>	4.069	4.091	4.147	4.220	4.316	4.422	4.541	4.674	4.819	4.974	5.136
<b>TOTAL</b>	<b>222.830</b>	<b>227.913</b>	<b>233.039</b>	<b>238.171</b>	<b>243.321</b>	<b>248.473</b>	<b>253.625</b>	<b>258.767</b>	<b>263.900</b>	<b>269.017</b>	<b>274.112</b>

*SIN. Sistema Nacional de Información. [www.sni.gob.ec](http://www.sni.gob.ec)*

Para este análisis se considera únicamente a menores de 10 años, quienes mayormente requieren de una atención directa de adultos (padres, familiares, tutores o docentes) y de quienes se realizará el análisis sobre sus actividades en tiempos libres y las consecuencias de ello, para consolidar las acciones necesarias, según les sean más beneficiosas.

En la tabla 2 se puede observar la segmentación poblacional, según los rangos de edad considerados, que van de más del año a los 10 años. Igualmente se utilizó la proyección oficial y se estimó un porcentaje proporcional, en él se puede observar que proporcionalmente la cuantificación es similar entre el año 2010 que cuenta con el dato oficial del censo y la proyección al año 2020.

**Tabla 2**

Población y porcentaje de niños mayores a 1 año y menores a 10 años.

<b>Grupo de Edad</b>	<b>2010</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>1 - 4</b>	19.344	19.928	20.041	20.149	20.253	20.351	20.444
<b>5 - 9</b>	22.976	23.926	24.074	24.214	24.355	24.500	24.648
<b>TOTAL</b>	<b>42.320</b>	<b>43.854</b>	<b>44.115</b>	<b>44.363</b>	<b>44.608</b>	<b>44.852</b>	<b>45.091</b>
<b>Grupo de Edad</b>	<b>2010</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>1 - 4</b>	45,7%	45,4%	45,4%	45,4%	45,4%	45,4%	45,3%
<b>5 - 9</b>	54,3%	54,6%	54,6%	54,6%	54,6%	54,6%	54,7%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>						

*SIN. Sistema Nacional de Información. [www.sni.gob.ec](http://www.sni.gob.ec)*

La intención de incluir este segmento de la población es porque se considera que, dentro de ese rango etario, por los antecedentes inicialmente planteados y por la necesidad de acompañar en su desarrollo, se podría, como idea de negocio, implementar un centro de diversión integral, se puede incluir como grupo objetivo, es decir, aquellos niños y niñas que enfrenta la realidad planteada y que eventualmente requiere mayor atención y mayor calidad de tiempo libre, y sobre todo valorar esta etapa de continuo aprendizaje y de curiosidad natural.

En este sentido, y considerando los antecedentes previos, la visión del proyecto busca integrar dos aspectos esenciales, la diversión y el aprendizaje, buscando enfrentar una realidad mayoritariamente negativa, construyendo una simbiosis adecuada entre lo lúdico, la diversión, el aprendizaje y la promoción del impulso natural en un solo centro donde además del uso del tiempo en actividades de esparcimiento y diversión, se generen y potencien motivaciones creativas que haga que los niños y niñas fortalezcan sus habilidades y propicie un desarrollo con alegría.

### ***1.1.2. Planteamiento del Problema***

¿Será económica y financieramente viable la creación de un Centro de Diversión Integral para niños y niñas que, por medio del Método Montessori, aporte al desarrollo de los infantes mediante una utilización de calidad de su tiempo de ocio en la ciudad de Loja?

#### **Problemas específicos**

- ¿Qué implica para el inversionista la creación del Centro de Diversión Infantil?
- ¿Cuál es el nivel de impacto económico que genera la creación del Centro de Diversión Infantil?
- ¿Bajo qué condiciones es sostenible la creación del Centro de Diversión Infantil?

### ***1.1.3. Justificación***

El juego es una parte vital de la infancia que ayuda a los niños a desarrollar la fuerza física, la coordinación y el equilibrio. También puede proporcionar oportunidades para que los niños aprendan y desarrollen: habilidades sociales, la imaginación y la creatividad, el pensamiento y las habilidades para resolver problemas, el sentido de sí mismo, un sentido de conexión y habilidades de autocuidado.

Para lograr el desarrollo de estas habilidades es necesario que los niños tengan acceso a espacios para el juego activo, social, imaginativo, creativo, exploratorio y natural; siendo una de las alternativas más oportunas los centros de entretenimiento infantil.

Si bien los espacios donde niños y niñas pueden cubrir esta necesidad de disfrutar de su etapa de forma libre, sin mayores restricciones, con diversión y seguridad, aprovechando que su energía y tiempo sea usado de forma provechosa y eficiente pueden ser diversos y en variadas formas y actividades, los centros de atención, diversión o de cuidado para niños y niñas ofrecen un valor adicional que es contar con diseños específicos que mezclen conocimiento y aprendizaje lúdico, direccionamiento y cuidado a la vez, motivación y control de forma simultánea. Y, si a lo anterior se suman metodologías aceptadas y valoradas como el Método Montessori, el aporte al desarrollo de los infantes mediante una utilización de calidad de su tiempo de ocio y la orientación al aprendizaje y crecimiento se vuelve más completa y con mayor garantía.

En este contexto se plantea el presente proyecto, con la idea de la creación e implementación de un centro de entretenimiento para niños y niñas a ubicarse en la ciudad de Loja que recoja la necesidad de ofrecer un lugar diferente, que privilegie la creatividad manual, impulse la capacidad de aprendizaje activo, que les ofrezca diversión en un ambiente de seguridad, comodidad y confort en el que los niños y niñas puedan recrearse, aprender y relacionarse.

La puesta en marcha de este proyecto será de importancia para la localidad y para los padres de familia que contarán con un lugar seguro y confiable.

#### ***1.1.4. Delimitación del Problema***

##### **Delimitación espacial**

El estudio para la creación del Centro de Diversión Integral para niños y niñas se delimitará en la ciudad de Loja.

### **Delimitación temporal**

Dentro del aspecto financiero, el estudio de viabilidad estará proyectado para 5 años.

### **Delimitación académica**

El proyecto de investigación planteado cumplirá con lo exigido por la Universidad Católica Santiago de Guayaquil conforme a los requerimientos y esquema de presentación para proyectos de tesis, los conocimientos académicos se sustentarán a través de consulta bibliográfica, textos y documentos que comprendan temas de estudio.

### **Delimitación teórica**

Para sustentar el trabajo investigativo se inicia con la aplicación de la teoría y definiciones básicas que conllevan a evaluar económica y financieramente el proyecto de inversión y permitirá encontrar la razón sustentable del por qué se requiere un estudio de viabilidad para la creación de un centro de diversión integral para niños y niñas.

Se inicia con la fundamentación teórica de cada uno de los componentes que intervienen en el desarrollo del proyecto; a través de un estudio de mercado se determinará la demanda insatisfecha como resultado del análisis de demanda y oferta, este estudio también proporcionará información para elaborar el plan de comercialización enfocado en el desarrollo de las 4P's servicio, precio, plaza y promoción; se continuará con el estudio técnico donde se definirá la macro y micro localización en base a variables que permitan la correcta operatividad, se propondrá el desarrollo del proceso de servicio, para ello se estudiará las necesidades y requerimientos de insumos, recursos humanos, técnico, tecnológicos, financieros entre otros para ejecutar el proyecto; gestión administrativa y legal para el desempeño adecuado de cada una de las funciones, responsabilidades y obligaciones acorde al cumplimiento de procesos administrativos y normativa legal existente, por último se realizará una evaluación inversión, análisis de ingresos y costos, elaboración de flujo de caja y análisis de indicadores.

La idea del centro de diversión plantea el método Montessori como base de intervención operativa y académica, este método se caracteriza por propiciar el desarrollo de los niños, en " un entorno que provea actividades con propósito en que los niños puedan convertirse en individuos seguros de sí mismos que sepan agregar valor a su sociedad". (Galvez, 2020)

El **ambiente Montessori** es un lugar amplio y abierto, ordenado, estético, simple, real, donde cada elemento tiene su razón de ser en el desarrollo del niño. El ambiente es proporcionado a la medida de los niños, con estanterías bajas y distintas medidas de mesas y sillas donde se sientan los niños individualmente o en grupos. El aula está subdividida en áreas temáticas donde se exponen los materiales y la bibliografía correspondientes y permite una gran libertad de movimiento. Los niños pueden trabajar en grupos o individualmente, respetando, de este modo, su propio estilo y ritmo. Cada niño utiliza el material que elige tomándolo de la estantería y devolviéndolo a su lugar para que pueda ser usado por otros. (Fundación Montessori, 2020)

El ambiente promueve la independencia del niño en la exploración y el proceso de aprendizaje. La libertad y la autodisciplina hacen posible que cada niño encuentre actividades que dan respuesta a sus necesidades evolutivas. (Fundación Montessori, 2018)

Considerando que la propuesta debe buscar captar demanda y competir con otros servicios, se plantea bajo el enfoque de las 5 Fuerzas de Porter, modelo competitivo que Michael Porter en 1979 publicó en la revista Harvard Business Review "Las cinco fuerzas competitivas que forman la estrategia", obra reimpressa por su nivel de importancia en este mismo journal en 2008, donde explica la integración diferenciada de cada una de estas fuerzas en los diferentes sectores industriales. (Estolano, Berumen, Castillo, & Mendoza, 2013)

### **Delimitación metodológica**

En el estudio de factibilidad propuesto, se emplearán diferentes metodologías de investigación como técnicas de observación, investigación de

campo, instrumentos como encuestas, entrevistas, fuentes teóricas, revisión de datos estadísticos e históricos, investigaciones bibliográficas, documentales y electrónicas que respondan a las necesidades de la investigación.

## **1.2. Objetivos**

### ***1.2.1. Objetivo General***

Determinar la viabilidad económica y financiera de la creación de un centro de diversión integral para niños y niñas en la ciudad de Loja.

### ***1.2.2. Objetivos Específicos***

- Fundamentar teóricamente los conceptos que intervienen en la investigación.
- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la demanda y oferta para la creación de un centro de diversión integral para niños y niñas en la ciudad de Loja, así como las características de mercado y las condiciones de precio de servicios similares o sustitutos.
- Diseñar una propuesta técnica para la implementación del centro de diversión infantil para niños y niñas, que incluya la evaluación y características de servicio, ubicación y requerimientos de recursos humanos, físicos y materiales asociados.
- Desarrollar un estudio organizacional, estudio legal y de impacto social para el proyecto.
- Desarrollar un estudio económico financiero que permita determinar la viabilidad y factibilidad del estudio financiero, que incluya un análisis de sensibilidad.

## CAPÍTULO II

### Marco Teórico y Conceptual

#### 2.1. Marco Teórico

##### 2.1.1. *Centros de Diversión Integral Infantil*

Los centros de diversión infantil son espacios de aprendizaje, atención y recreación que brindan espacios alternativos de interacción dedicados a niños y niñas, como parte del desarrollo integral infantil, representan un aporte fundamental del desarrollo humano, se concluye que el desarrollo de los niños corresponde a una interacción dinámica que refleja las particularidades esenciales de un ser vivo y está influenciado por las acciones de la naturaleza y la formación, es decir cumple con el ciclo vital de todo ser humano y de acuerdo al ámbito donde se desarrolla . Según Gesell (1960) el desarrollo humano incide una dinámica y continua interacción entre biología y experiencias. Watson (1955), conceptuó que todas las conductas son derivadas del medio ambiente.

Cabe mencionar que Briton (2000), manifestaba que Montessori sostenía que la educación comenzaba desde el nacimiento, además que los primeros años de vida eran los más formativos en la vida del niño o niña ya sea en el cuerpo físico y en la mente, y que estos primeros seis años determinan e influyen la clase de adulto en qué se convertirá el niño o niña más adelante. Transformó las prácticas educativas al considerar la libertad del niño y la estructuración del trabajo. Rompiendo la dura paradigma del aula tradicional brindando al niño la libertad de movimiento, experimentación y expresión tanto en la escuela como en el hogar. Montessori consideró y respondió el contexto del niño innovando un ambiente que favoreció el paso hacia el autoaprendizaje. Fue así que propuso la educación en la sensibilidad, revelando como los sentidos son el camino hacia la inteligencia de los infantes. Montessori señala en su método que los infantes son los inventores de la realidad, ya que desde que llegan recién al mundo ellos están iniciando a construir todo.

Son los niños los encargados de explorar el mundo y mediante esa exploración desarrollar nuevas habilidades. La libertad es el primer principio de este método el cual hace posible la exploración. Los niños deben establecer manifestaciones naturales en la escuela, aquí la libertad debe estar relacionado a la actividad, el niño debe de ser libre de elegir lo que el desee aprender y al mismo tiempo manejar el espacio que necesite para fortalecer su aprendizaje, respetando su naturaleza. Por esta razón es importante la creación de un ambiente adecuado para la exploración. Un aula de clases debe ser un espacio integral y agradable para todos, donde se les entregue a los niños la libertad y la seguridad de educarse a ellos solos. La base de la autoeducación en el método Montessori son la libertad, autonomía y autodisciplina.

Esta aseveración es la que se asume para integrar el Método Montessori a la idea de un centro de diversión orientado a la niñez.

### ***2.1.2. Tipos de Juegos de Entretenimiento***

**Tipos de Juegos:** Entre los juegos más recomendados se encuentran:

**Juegos Físicos:** Los juegos físicos necesitan un espacio adecuado y amplio que permita realizar actividades como saltar, correr, deslizarse, actividades que necesite considerar equipamiento con una protección eficaz contra las caídas o los choques. Incluyen elementos de juegos modulares, estructuras y relieves.

**Juegos Creativos:** En este tipo de juegos se suelen utilizar materiales que pueden ser fácilmente manipulados transformados, como por ejemplo la plastilina, arena, el agua, el barro, es decir el aprovechamiento de recursos naturales.

**Juegos sociales:** Son considerados juegos de relación, muchos de estos incluyen persecuciones, escondidas, juegos de roles, entre otros.

**Juegos sensoriales:** Es importante proporcionar elementos que aporten experiencias sensoriales, en especial aquellos que sean dirigidos al tacto, adicionalmente se pueden incorporar elementos que proporcionen estímulos auditivos, visuales, incluso hasta olfativos.

**Jugar con tranquilidad:** El proporcionar actividades que aporten tranquilidad, también deberían ser parte del diseño. Contar con espacios lúdicos y áreas reservadas y protegidas de los ruidos ambientales. Este tipo de juegos ayudará a la concentración, relajación en las actividades que realizan.

### ***2.1.3. Arquitectura Lúdica de los Centros de Diversión Integral Infantil***

Según Briton (2000) los principios del ambiente se basan en la simplicidad y orden, deben de estimular y facilitar la comunicación y el aprendizaje. Los espacios deben de ser iluminados y cálidos donde el niño pueda desarrollarse sin necesitar supervisión constante. Además, los muebles del ambiente deben de estar al tamaño de los niños para crear en el aula un pequeño mundo para ellos. Es indispensable ceder a los infantes un ambiente preparado, adecuado para recibir los estímulos necesarios que lo ayudaran a expresarse y desarrollarse. El ambiente debe tener características precisas: un mundo real adaptado ya sea al tamaño, alcance, capacidades, necesidades, considerando la libertad natural de los niños.

Los materiales del ambiente deben de estar colocados de tal manera que el alumnado pueda acceder fácilmente a ellos, como por ejemplo definir un espacio donde los niños y niñas puedan colocar sus trabajos hechos, guardar sus pertenencias, organizar sus materiales, entre otras actividades. En este ambiente los niños y niñas son libres de escoger los materiales de su elección, que les permita a través del juego construir espacios, relacionar y aprender con las vivencias y aportes de cada uno.

El ambiente en general debe de estar planificado para invitar al niño a realizar actividades variadas, descubrir sus fortalezas y debilidades, además de hacer más fácil el juego, la manipulación, la interacción y la exploración del mundo que lo rodea.

### ***2.1.4. Administración y Seguridad de los Centros de Diversión Integral Infantil***

La Administración juega un papel primordial en el funcionamiento de los centros de diversión integral infantil, pues esta se encarga de administrar

adecuadamente los recursos humanos, materiales -estructurales y económicos se encarga del trabajo educativo, de responder a las necesidades y requerimientos de los niños y niñas, padres de familia, tutores, sociedad en general.

Según Lemus (1975) La administración es difícil por la profesionalización del personal. Aparentemente es más fácil administrar a un personal profesionalizado, y en efecto, así lo es en los sectores donde ha sido posible lograr el establecimiento de la jerarquía por nivel de preparación profesional. Cuando esto no ha sido posible como en el sector educativo, resulta más difícil.

#### ***2.1.5. Proyecto de inversión***

Según Pacheco y Pérez (2012) afirman: “El proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio útil al ser humano o a la sociedad en general” (pág. 11).

#### ***2.1.6. Componentes de un proyecto***

Los componentes que comprende el proyecto de inversión para la creación de un centro de diversión integral se inicia con el estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y legal; y, evaluación financiera. Pueden incluirse también los estudios de impacto social y ambiental en caso sea requerido.

### **2.2. Marco Conceptual**

#### ***2.2.1. Estudio de mercado***

Para Pacheco & Pérez (2012) afirman que: “Este estudio suministra la información necesaria para la decisión final de invertir en un proyecto determinado” (pág. 43). Esto significa que este estudio permite que no se realicen gastos innecesarios y se tomen las decisiones basadas en un mercado real.

El estudio de mercado permite conocer la situación que existe entre la oferta y demanda y los precios de un determinado producto o servicio para conocer si existe demanda efectiva que pueda ser cubierta mediante un producto a ofrecer.

### **2.2.2. Demanda**

Para Baca (2010) la demanda es: “La cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (pág. 15).

Baca (2010) afirma: “En relación con su oportunidad, existen dos tipos de demandas:

- Demanda insatisfecha, en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- Demanda satisfecha, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere” (pág. 16.)

Por lo tanto, la demanda es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a obtener con el fin satisfacer sus necesidades o deseos, teniendo estos la capacidad económica para poder pagar por cierto bien o producto a un precio establecido.

- a. Análisis de la demanda:** Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. Mankiw Gregory, Mc Graw Hill, el análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos por la incidencia de ella en los resultados del negocio que se implementará con la aceptación del proyecto (2016). El objetivo del análisis de demanda es determinar y medir cuáles son los factores que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

**Demanda potencial:** La demanda potencial es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio. La demanda potencial del mercado es la hipótesis respecto a cuantos individuos pueden acceder a usar nuestro producto o servicio, en un periodo de tiempo determinado, considerando que en el mercado objeto de estudio hay competencia que puede generar cierto impacto sobre el mismo.

**Demanda Efectiva:** La demanda efectiva son los clientes que han presentado una necesidad o deseo de algún bien y que están en la capacidad económica para adquirirlo, es decir aquí encontramos a los clientes que si van acceder a adquirir cierto producto o a prescindir de algún servicio ofertado.

### ***2.2.3. Oferta***

Según Pacheco & Pérez (2012) afirman: “Se refiere a identificar quienes ofrecen los productos en la actualidad, evaluar sus objetivos, estrategias, puntos fuertes y débiles” (p. 43).

Al hablar de oferta nos referimos a la cantidad de productos o servicios ofrecidos por parte de los vendedores en el mercado, con la finalidad de satisfacer las necesidades o deseos de la población. En la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida.

#### **Análisis de la oferta**

Según Vásquez M. (2003) define la oferta a las diferentes cantidades de bienes y/o servicios que los productores o las unidades de producción, están en condiciones y en posibilidades de entregar al mercado para su venta, en un determinado período de tiempo y en función directa de los precio. (p, 70).

### ***2.2.4. Demanda Insatisfecha***

Para Baca (2010), la demanda insatisfecha es: “La demanda en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado” (pág. 16). Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado

para satisfacer las necesidades del mercado. Es la demanda en la cual el cliente no ha logrado acceder al producto y/o servicio y si accedió no está satisfecho con él. Esta demanda no está cubierta en el mercado y puede ser cubierta por el proyecto, o al menos una gran parte.

$$\text{Demanda Efectiva} - \text{Oferta Efectiva} = \text{Demanda Insatisfecha}$$

### ***2.2.5. Estrategias de Marketing***

Las estrategias de marketing se refieren al conjunto de acciones que tienen el objetivo de incrementar las ventas y lograr una ventaja competitiva sostenible. En ellas se incluyen actividades básicas, de corto y largo plazo, que tienen que ver con el análisis de la situación inicial de una compañía, así como con la evaluación y selección de sus estrategias orientadas al mercado (en general, todo esto se relaciona fuertemente con el plan de marketing. Creative Commons 3.0 (2021)

### ***2.2.6. Plan de Comercialización***

La administración de marketing busca diseñar estrategias que construyan relaciones redituables con sus consumidores meta. Pero, ¿qué filosofía debería guiar tales estrategias de marketing? ¿Qué importancia debería darse a los intereses de los clientes, a la organización y a la sociedad? Muy a menudo, esos intereses entran en conflicto. Hay cinco conceptos alternativos que las organizaciones podrían utilizar para diseñar y poner en práctica sus estrategias de marketing: los conceptos de producción, producto, ventas, marketing y marketing social. (Kotler & Armstrong, 2012, p. 9)

A través de un plan de marketing en el que de una forma estructurada se definen los objetivos comerciales a conseguir en un periodo de tiempo determinado y se detallan las estrategias y acciones que se van a acometer para alcanzarlos en el plazo previsto.

**Análisis de las 4P's.** Para el proyecto se desarrollará siguiendo la teoría de Porter (1997) sobre las 4 Ps que son Producto, Precio, Plazo y Promoción.

**a. Producto/servicio:**

Pacheco & Pérez (2012) afirman: “producto es cualquier bien que se ofrezca a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad” (pág. 46). Por lo tanto, un producto es la variable que abarca tanto los bienes como los servicios que comercializa determinada empresa, es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores. Dentro del producto encontramos aspectos trascendentales como por ejemplo la imagen, la marca o los servicios posventa.

Para el caso del proyecto el producto y/o servicio comprenderá:

- Áreas de juego infantil.
- Juegos: a) laberintos b) Inflables c) Juegos de parque infantiles
- Centros de cumpleaños a) salas de cumpleaños b) patio deportivo
- Áreas tematizadas

**b. Precio:**

Para Baca (2010) “El precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (pág. 44). Por lo tanto, se puede deducir que el precio es la variable que permite la generación de los ingresos de una empresa, en una organización primero se debe estudiar aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, antes de ponerle precio a nuestro producto o servicio.

Para definir el precio del servicio se determinará los costos fijos y variables más un porcentaje de utilidad.

**c. Publicidad:**

Según Bonta & Farber (1994) la publicidad es el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados.

- Formas de comunicación tradicionales, como los avisos, pero también las promociones y descuentos, y las campañas de fidelización.

- Se aprovechará las redes sociales para dar a conocer el centro de entretenimiento, adicional se crearán promociones por fechas especiales, por temáticas.
- Se realizará convenios con instituciones educativas privadas con la finalidad que se generen alianzas.

**d. Punto de venta.**

Para definir el punto de venta es necesario establecer cuál será el canal de ventas y formas de comercialización: Para el presente proyecto el canal de comercialización será el directo.



**2.2.7. Análisis de la Oferta y de la Demanda Social**

Es importante que se analice e impacto social del proyecto, en función de lo que la sociedad espera, o en función de necesidades o aspiraciones que el conjunto de la sociedad busca. Esta idea está asociada al concepto de marketing social, que Kotler lo define como: “Principio de marketing ilustrado que establece que una compañía debería tomar buenas decisiones de marketing, considerando los deseos de los consumidores, los requerimientos de la compañía, así como los intereses a largo plazo de los consumidores y de la sociedad”. Kotler & Amstrong (2007) pág. 11

En el contexto de la evaluación del proyecto, se incluirán estrategias destinadas a promocionar el centro a través de espacios mediante la responsabilidad social con quienes no estén en condiciones de pagar por el servicio.

**2.3. Estudio Técnico**

El estudio técnico debe tener relación con los objetivos del proyecto de inversión y con los niveles de profundidad del estudio en su conjunto. Este puede desarrollarse en los niveles de idea, prefactibilidad, factibilidad y proyecto

definitivo. El estudio técnico aporta información cualitativa, se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto, entre los cuales se cuentan los agentes que influyen en la compra de maquinaria y equipo, así como la calendarización de la adquisición de estas, los diferentes métodos para determinar el tamaño de la planta, los métodos para su localización, y los métodos de distribución y, finalmente, también se examinan los procesos de producción que pueden operar para el proyecto de inversión.

Los estudios técnicos para un Proyecto de inversión deben considerar fundamentalmente dos grandes bloques de información:

- Tamaño y localización de la planta
- Ingeniería del proyecto

### ***2.3.1. Tamaño y Localización del Proyecto***

Para Córdoba (2006), el tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica (Pág. 23).

El abasto suficiente en calidad y cantidad de insumos, materiales es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto. Muchas grandes empresas se han visto frenadas por la falta de los mismos. Para demostrar que este aspecto no es limitante para el tamaño del proyecto, se deberían listar todos los proveedores de materiales e insumos y se anotarán los alcances de cada uno para suministrar estos últimos. En etapas más avanzadas del proyecto se recomienda presentar tanto las cotizaciones como el compromiso escrito de los proveedores para abastecer las cantidades de material, equipos e insumos necesarios para la prestación del servicio.

#### **Localización óptima del proyecto:**

La localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social). El objetivo general de este punto es, permitir ubicar geográficamente el lugar donde se implementará la nueva unidad

productiva, para esto debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores están relacionados con el entorno empresarial y de mercado. Los criterios para la localización son:

- Factibilidad. - se deberá elegir la alternativa que sea accesible para el proyecto.
- Disponibilidad y costo de mano de obra.
- Factores ambientales.
- Costo, disponibilidad y características de terrenos.
- Estructura impositiva y legal.
- Disponibilidad de agua, energía y suministros.

✓ **Macro localización:** Se relaciona con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos. Tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para la empresa, considerando características como la disponibilidad de mano de obra, materia prima, energía eléctrica, agua, combustible, acceso a mercados, transporte, canales de distribución, mercados con regulaciones laborales, condiciones sociales, entre otros.

✓ **Micro localización:** Se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local (planos urbanísticos).

### ***2.3.2. Ingeniería del Proyecto***

Según Varela (2010) la ingeniería del proyecto tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver con la construcción de una nave industrial, su equipamiento y características del producto de la empresa. El objeto de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con la instalación y funcionamiento de la planta.

- **Tecnología:** Consiste en determinar el tipo de maquinarias y equipos necesarios para la prestación del servicio.

- **Infraestructura física:** Se relaciona directamente con la distribución y diseño de los espacios físicos, en tal sentido se debe establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios.
- **Procesos:** Los procesos son todos los procedimientos, mecanismos y rutinas por medio de los cuales se crean un servicio y se entrega a un cliente. La administración de procesos es un aspecto clave en la mejora de la calidad del servicio.
- **Flujo grama:** Representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso, muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas (en la cadena cliente/proveedor), hace más fácil el análisis de un proceso para la identificación de: las entradas de proveedores; las salidas de sus clientes y de los puntos críticos del proceso.

### ***2.3.3. Proceso Productivo***

Para Fabricky & Torgensen (1966), indican que, el proceso productivo es el conjunto de todas las actividades que se precisan para transformar un conjunto de entradas (recursos humanos, materiales brutos, energía, etc.) en salidas más valiosas tales como productos acabados y/o servicios.

El proceso de producción de una empresa es un conjunto de operaciones que son necesarias para llevar a cabo la transformación y elaboración de un producto o el diseño de un servicio.

El proceso de transformación de los materiales/insumos en servicios finales es un proceso que debe ser estudiado y planificado previamente, pues de él dependerá la calidad final del servicio, así como los recursos y costes precisos para su realización.

#### **Fases del proceso productivo de una empresa:**

- Diseño del proceso.** Antes que nada, el equipo hace una sesión de brainstorming para definir cómo va a presentarse ofrecerse el servicio.

Con todas las ideas sobre la mesa, se van elaborando bocetos y diseños hasta que, finalmente, se consigue y decide el definitivo, el que será ofertado en el mercado.

- b. Producción.** En esta etapa se transforman las materias/insumos hasta que se obtiene el producto o servicio final.
- c. Distribución de productos.** Fase en la que se coloca el producto o servicio en el mercado. El método de distribución de los productos puede hacerse de diversas maneras.

#### ***2.3.4. Requerimientos Técnicos***

Los requisitos técnicos son los aspectos técnicos que deben cumplirse para completar con éxito un proyecto. Se trata de aspectos como el rendimiento, la fiabilidad y la disponibilidad.

#### ***2.3.5. Estudio Organizacional***

Baca (2010) afirma: “Deberá la empresa conformarse de acuerdo al interés de los socios, respetando el marco legal vigente en sus diferentes ámbitos; fiscal, sanitario, civil, ambiental, social, laboral y municipal” (pág. 101).

En el estudio organizacional se define el marco formal: el sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridad de la organización es decir los niveles jerárquicos que tendrá una empresa y posterior a ellos las funciones que cada uno va a desempeñar esto es necesaria para la puesta en marcha y ejecución de un proyecto.

**Estructura Organizacional:** La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

Es una estructura organizativa donde cada entidad en la organización, excepto una, está subordinada a una entidad única. Este acuerdo es una forma de una jerarquía. En una empresa, la jerarquía está formada normalmente por un grupo singular y de poder en la parte superior con los niveles posteriores por debajo de ellos.

Según Hernández & Hernández (2010) afirman: “Un organigrama es el instrumento en donde se representa toda estructura organizacional de una empresa, designando la acción a cada elemento” (pág. 261).

### **Manual de funciones**

De acuerdo con Hernández & Hernández (2010) indican: “El manual permite describir los puestos de la manera más clara posible, ya que la persona que ocupe un lugar, debe ser idónea para el mismo” (pág.263).

Un manual de funciones o manual de organización comprende las funciones o responsabilidades de cada área de la empresa, por ejemplo, gerencia, producción, ventas, contabilidad entre otras, describiendo como se intervienen en el funcionamiento general de la empresa, contiene la descripción de cada área y sus responsabilidades.

## **2.4. Estudio Financiero**

Esta sección debe contener la información acerca del plan de financiamiento considerando aspectos como los recursos con los que cuenta, las necesidades de crédito o inversión, las oportunidades de inversión externa que tenga y las garantías. Se debe describir y elaborar tablas que sustenten su proyección de ventas y de costos, e incluir una descripción del flujo de caja.

Para Baca (2010) la sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los temas de inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero (pág.8).

El estudio financiero considera los siguientes puntos: - Inversiones y financiamiento - Análisis de costos - Establecimiento de ingresos - Presupuesto proyectado - Estado de pérdidas y ganancias - Determinación del punto de equilibrio.

### **2.4.1. Inversión Inicial**

Según Baca (2010) afirma: “Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa” (pág. 143).

Inversiones del Proyecto, para Miranda (2009) la información que proveen los estudios de mercado, técnico, y organizacional para definir la cuantía de las inversiones de un proyecto debe sistematizarse para ser incorporada en la proyección del flujo de caja.

Las inversiones previas a la puesta en marcha del proyecto pueden ser de tres tipos:

- **Activo fijo:**

Citando a Hernández & Hernández (2010): “Activo fijo son todos aquellos bienes y derechos que representan el patrimonio de la entidad” (pág. 311).

Son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil; son entre otras: los terrenos, las construcciones, las vías de acceso, cerramientos, maquinaria, equipo y herramientas, vehículos, muebles, entre otros. Están sujetos a depreciación, la cual afectará el resultado de la evaluación por su efecto sobre el cálculo de los impuestos.

- **Activo diferido:**

Para Hernández & Hernández (2010), los activos diferidos son: “Bienes que se adquieren con el fin de usarlos para el funcionamiento y realización de la operación de la empresa” (pág. 311). Son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Cuando existe cierta incertidumbre en la estimación de estos montos es aconsejable incluir una partida para imprevistos por un porcentaje entre el 5% y el 10% del total de los diferidos. Comprenden los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, la capacitación, las bases de y los sistemas de operación preparativos, estas inversiones son susceptibles de amortizar y afectarán el flujo de caja indirectamente, vía impuestos;

- **Activo circulante**

El activo circulante o activo corriente es el activo líquido al momento de cierre de un ejercicio o que es convertible en dinero en un plazo inferior a los doce meses. Hernández & Hernández (2010) afirma: “Son valores que se puede disponer inmediatamente y utilizarlos de acuerdo a las necesidades del negocio” (pág. 311). Este tipo de activo está en operación de modo continuo y puede venderse, transformarse, utilizarse, convertirse en efectivo o entregarse como pago en cualquier operación normal;

- **Capital**

Constituye el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinado. Para efectos de evaluación de proyectos, el capital de trabajo inicial constituirá una parte de las inversiones a largo plazo, ya que forma parte del monto permanente de los activos necesarios para asegurar la operación del proyecto. Si el proyecto considera aumentos en el nivel de operación, pueden requerirse adiciones al capital de trabajo, en proyectos sensibles a cambios estacionales pueden producirse aumentos y disminuciones en distintos períodos, considerándose estos últimos como recuperación de la inversión.

#### ***2.4.2. Financiamiento***

De acuerdo a Baca (2010) “Cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas” (pág. 153). Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar la inversión; por lo general se refiere a la obtención de préstamos. La estructura de las fuentes de financiamiento está dada por recursos propios y de terceros, los mismos que permiten financiar las operaciones para el funcionamiento de la empresa.

**Origen y aplicación de fondos:** Se lo utiliza para pronosticar posibles situaciones de riesgo que tenga la empresa, pero su objetivo principal está centrado

en la utilidad que tiene para evaluar la procedencia y utilización de fondos en el largo plazo, este conocimiento permite que el administrador financiero planeé mejor los requerimientos de fondos futuros a mediano y largo plazo.

### **2.4.3. Análisis de Costos**

Costo es una palabra muy utilizada, pero nadie ha logrado definirla con exactitud, debido a su amplia aplicación, pero se puede decir que el costo son todos los desembolsos que realiza la empresa para cubrir sus necesidades.

Según Baca (2010) afirma: “Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costo de oportunidad)” pág.150.

- **Costos de administración:**

Para Baca, 2010 los costos de administración “Son, como su nombre lo indica, los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa” (pág. 142). Sin embargo, tomados en un sentido amplio, no sólo significan los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarías, así como los gastos generales de oficina.

- **Costo de venta:**

Según Baca (2010) afirma: “La magnitud del costo de venta dependerá tanto del tamaño de la empresa, como del tipo de actividades que los promotores del proyecto quieran que desarrolle ese departamento” (pág. 143). Muestra las compras de mercancías y las devoluciones y descuentos sobre la misma, los inventarios iniciales y finales, así como las cuentas relacionadas con las mercancías adquiridas, como gastos de transporte sobre las compras e impuestos sobre importación.

- **Gastos financieros:**

Comprende los gastos en que incurre un negocio debido al uso de fondos externos (pasivo) para financiar sus activos. Incluye los intereses, la amortización

del descuento en emisión de obligaciones, las comisiones. Aquí comienza a apreciarse el destino de las utilidades logradas con los activos. Ochoa G. (1988).

- **Depreciaciones y Amortizaciones**

Para Baca (2010) afirma depreciación se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos (pág. 144). La depreciación es una disminución del valor o del precio de algo. Esta caída puede detectarse a partir de la comparación con el valor o el precio previo, o en relación a otras cosas de su misma clase. Para el proyecto debe calcular las depreciaciones de los activos fijos que adquieran en la ejecución del proyecto.

También Baca (2010) menciona, amortización es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión (pág. 144). Por tal razón la amortización no es más que distribuir el coste de una inversión como gasto a lo largo de los períodos en que esa inversión va a permitir obtener ingresos.

#### ***2.4.4. Costos fijos***

Son aquellos costos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

#### ***2.4.5. Costos variables***

Costos que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de producción o prestación del servicio.

#### ***2.4.6. Ingresos***

Los ingresos hacen referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno. Los ingresos son el importe de las ventas realizadas por una empresa. Los ingresos son iguales al total de efectivo recibido a cambio de los productos vendidos o servicios prestados.

#### ***2.4.7. Punto de equilibrio***

Baca (2010) afirma, es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables (pág. 148). El punto de equilibrio consiste en el volumen de ventas en el cual no habrá una utilidad ni una pérdida, por debajo del punto de equilibrio habrá una pérdida y por encima, una utilidad.

#### ***2.4.8. Presupuesto proyectado***

Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones en el cual se estima los ingresos que se obtendrá en el proyecto como también los costos en que se incurrirá, el presupuesto debe contar necesariamente de dos partes, los ingresos y los egresos.

#### ***2.4.9. Estados de Resultados***

El Estado de resultado se prepara periódicamente y en él se registran ventas, costos de ventas, gastos y utilidades o pérdidas. Este Estado mide el desempeño de una empresa durante cierto periodo, por lo común un trimestre o un año. Baca (2010) afirma: “Estado de resultados calcula la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto” (pág. 150). Por lo tanto, podemos definir al estado de pérdidas y ganancias como un documento que nos ayuda a conocer el rendimiento que ha tenido una empresa, así como los riesgos en los que se ha visto envuelto.

La Ecuación es:  $\text{INGRESOS} - \text{GASTOS} = \text{BENEFICIOS (UTILIDADES)}$

#### ***2.4.10. Flujo de caja***

El flujo de caja es un estado financiero (oficialmente se denomina estado de flujos de efectivo) que presenta, de una manera dinámica, el movimiento de entradas y salidas de efectivo de una empresa en un período determinado de tiempo, y la situación del efectivo al final del mismo período Ortiz; H & Ortiz D, (2018).

Para Sapag C, Nassir (2008) indica que la proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que se determinen en ella. Al proyectar el flujo de caja será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, del valor residual, de las utilidades y pérdidas. Además indica que “El flujo de caja de cualquier proyecto se compone de cuatro elementos básicos: a) los egresos iniciales de fondos, b) los ingresos y egresos de operación, c) el momento en que ocurren estos ingresos y egresos, y d) el valor de desecho o salvamento del proyecto pág. 292.

Igualmente indica que la construcción de los flujos de caja puede basarse en una estructura general que se aplica a cualquier finalidad del estudio de proyectos. Para un proyecto que busca medir la rentabilidad de la inversión, el ordenamiento propuesto es el que se muestra a continuación:

+	Ingresos afectos a impuestos
-	Egresos afectos a impuestos
-	Gastos no desembolsables
=	Utilidad antes de impuesto
-	Impuesto
=	Utilidad desoúes de impuesto
+	Ajustes por gastos no desembolsables
-	Egresos no afectos a impuestos
+	Beneficios no afectos a impuestos
=	Flujo de caja

*Modelo General Nassir Sapag en criterios de evaluación de proyectos*

#### **2.4.11. Indicadores financieros**

##### **Costo Promedio Ponderado de Capital.**

El costo de capital promedio ponderado (CCPP) o llamado también WACC por sus siglas en inglés Weighted Average Cost of Capital, es el coste de capital que corresponde a la tasa de rendimiento que esperan los inversionistas sobre los valores de una compañía (R Charles Moyer, 1998); esto quiere decir, que el coste de capital se refiere a una tasa mínima de retorno que exige una inversión, la variabilidad del

riesgo y el coste financiero asumido por apalancamiento, teniendo en cuenta un riesgo promedio. Este indicador se calcula ponderando el costo de cada tipo de capital sobre la proporción en la estructura de la empresa y obteniendo un promedio ponderado. Ibañez & Rojas (2017).

### **Valor Actual Neto**

Según Pacheco & Pérez (2012) definen como: “La cantidad máxima que una compañía estaría dispuesta a invertir en un proyecto” (pág. 135). El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto. La fórmula para calcular el VAN es la siguiente:

$$\text{VAN} = \Sigma \text{FLUJOS NETOS} - \text{INVERSIÓN}$$

### **Tasa interna de retorno**

Para Pacheco & Pérez (2012) La TIR consiste en encontrar la tasa de descuento de los flujos de efectivo contables que al sumarles y restarles la inversión queda un flujo de efectivo contable que el valor presente igual a cero (pág.139).

La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje.

Las tasas internas de retorno se utilizan habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto. Suponiendo que todos los demás factores iguales entre los diferentes proyectos, el proyecto de mayor TIR probablemente sería considerado el primer y mejor realizado.

La TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

Se calcula aplicando la siguiente fórmula:

$$TIR = T_{menor} + DT * ( Van Menor Van Menor - Van Mayor)$$

### **Relación beneficio costo**

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. La relación Beneficio/Costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable, a menudo también conocida como tasa de actualización o tasa de evaluación. Índice que indica que por cada dólar de costos se obtiene más o menos de un dólar de beneficio. En consecuencia, si el índice es positivo o cero, el proyecto debe aceptarse.

Su fórmula es:  $RBC = \sum VP Ingresos Netos (TIO) INVERSIÓN INICIAL$

El coste-beneficio es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana. Se supone que todos los hechos y actos pueden evaluarse bajo esta lógica, aquellos donde los beneficios superan el coste son exitosos, caso contrario fracasan.

### **Periodo de recuperación de capital**

Según Pacheco & Pérez (2012) es importante este índice porque permite alinear el ciclo de vida de un giro con su tiempo de recuperación de la inversión (pág. 141).

El periodo de recuperación de la inversión comprende el tiempo que requiere la empresa para recuperar la inversión original; es una medida de la rapidez en que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital. Las mejores inversiones son aquellas que tienen un periodo de recuperación más corto. Para calcular el periodo de recuperación del capital entre una de las formas de hacerlo, y tomando como base el flujo de caja se aplica la siguiente fórmula:

$$PRC = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\text{Ingresos promedios}}$$

### **Análisis de Sensibilidad**

Para Baca (2010), afirma, se denomina análisis de sensibilidad al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto (pág. 191). El análisis de la sensibilidad es una técnica que, aplicada a la valoración de inversiones, permite el estudio de la posible variación de los elementos que determinan una inversión de forma que, en función de alguno de los criterios de valoración, se cumpla que la inversión es ejecutable o es preferible a otra.

Para realizar el análisis de sensibilidad en el cálculo de la TIR en situación de incertidumbre, es recomendable realizar un análisis multidimensional para evaluar que ocurre con la TIR, cuando se modifica más de una variable al mismo tiempo. Pérez, Cruz, & Quiroz, s.f.

Las variables más usuales que se analizan son las siguientes:

- Precios de venta servicio: que aumenten o disminuyan un porcentaje.
- Inversiones: que aumenten o disminuyan un porcentaje.
- Costos fijos: que bajen o disminuyan en un porcentaje
- Costos variables: que aumenten o disminuyan en un porcentaje
- Impuestos: que siga o baje
- Tasa de descuento: que oscile de acuerdo al valor del mercado.

## 2.5. Marco Legal

El presente proyecto se fundamenta en la Constitución de la República, en el código de la Niñez y Adolescencia entre otra normativa vigente de acuerdo al proyecto

Según el artículo 347 de la constitución de la república señala que será responsabilidad del Estado: “garantizar el respeto del desarrollo psicoevolutivo de los niños, niñas y adolescentes, en todo proceso educativo”. (p.6)

Según el artículo 37 del Código de la Niñez y Adolescencia los niños, niñas manifiesta que los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a una educación de calidad. Este derecho demanda de un sistema educativo que: (...) 4. Garantice que los niños, niñas y adolescentes cuenten con docentes, materiales didácticos, laboratorios, locales, instalaciones y recursos adecuados y gocen de un ambiente favorable para el aprendizaje. Este derecho incluye el acceso efectivo a la educación inicial de cero a cinco años, y por lo tanto se desarrollarán programas y proyectos flexibles y abiertos, adecuados a las necesidades culturales de los educandos. pág. 36.

Según el artículo 44 del Código de la Niñez y Adolescencia los niños, niñas indica que “el Estado, la sociedad y la familia promoverán de forma prioritaria el desarrollo integral de las niñas, niños y adolescentes, y asegurarán el ejercicio pleno de sus derechos; se atenderá al principio de su interés superior y sus derechos prevalecerán sobre los de las demás personas. Las niñas, niños y adolescentes tendrán derecho a su desarrollo integral, entendido como proceso de crecimiento, maduración y despliegue de su intelecto y de sus capacidades, potencialidades y aspiraciones, en un entorno familiar, escolar, social y comunitario de afectividad y seguridad. Este entorno permitirá la satisfacción de sus necesidades sociales, afectivo-emocionales y culturales, con el apoyo de políticas intersectoriales nacionales y locales”. Pág. 42.

En el Plan Nacional de desarrollo Toda una vida, la política 1.4 establece “Garantizar el desarrollo infantil integral para estimular las capacidades de los niños

y niñas, considerando los contextos territoriales, la interculturalidad, el género y las discapacidades”.

El enfoque de la UNESCO ha sido reforzado por la Agenda 2030 de Educación, en particular en lo relativo a la meta 4.2 del Objetivo de Desarrollo Sostenible 4: “Para 2030, velar por que todas las niñas y todos los niños tengan acceso a servicios de atención y desarrollo en la primera infancia y a una enseñanza preescolar de calidad, a fin de que estén preparados para la enseñanza primaria”.

UNESCO (2010)“... los programas destinados a los padres hasta las guarderías comunitarias o familiares, los servicios de atención en centros institucionales y la enseñanza preescolar que se imparte frecuentemente en las escuelas [...] incluye medidas integrales de apoyo a las familias, por ejemplo salud materna e infantil, aportes de suplementos de micronutrientes, apoyo psicosocial a las familias, programas de promoción de la seguridad alimentaria de las familias, licencia por nacimiento de los hijos y prestaciones de infancia” (p.2).

Requisitos legales: La constitución legal de una empresa es la formalización de un negocio mediante la redacción de una escritura de constitución de sociedad, determinado en la misma el tipo de empresa que va a ser y el giro del negocio que va a tener.

Para el desarrollo de la actividad empresarial se formará una empresa de Compañía Limitada, la que tendrá su domicilio principal en la Ciudad de Loja, con un Capital Social de 400 dólares de los Estados Unidos de América, estará regida por las leyes del Ecuador y el Estatuto aprobado por la Superintendencia de Compañías. Para poder constituir una empresa es necesario conocer los requisitos y trámites legales, laborales, comerciales, tributarios y de funcionamiento, puntos esenciales para poder registrar y formalizar una empresa. Ver Anexo 1.

### ***2.5.1. Normativa vigente***

Para el funcionamiento del centro de diversión, será necesario cumplir con la normativa vigente que regula, los permisos de funcionamiento y autorizaciones, tanto a nivel del gobierno central, como de los gobiernos descentralizados.

Eventualmente y según se diseñe el proyecto, la normativa que se deberá observar es la siguiente.

- Normativa para la autorización de creación y funcionamiento de la prestación de servicios de desarrollo integral para la primera infancia que ofertan a niñas y niños de 0 a 5 años de edad, para entidades particulares, fisco misionales, y públicas, por parte del Ministerios de Inclusión Económica y Social. MIES
- Permiso de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario, por parte de la Agencia Nacional de Regulación y Control y Vigilancia Sanitaria. ARCSA
- Permiso Municipal de funcionamiento.
- Permisos de la Secretaria Nacional de Gestión de Riesgos
- Permiso de los Bomberos.

### ***2.5.2. Plan de Contingencias***

Documento elaborado para cubrir contingencias para disminuir la posibilidad de riesgos en centros educativos o de atención a niñas y niños. Para ello se deberá elaborar el Plan Institucional de Emergencias para Centros Educativos (infantiles), según la guía para la elaboración del Plan, diseñado por la Secretaria de Gestión de Riesgos.

### ***2.5.3. Certificado Ambiental***

Este trámite se realiza ante el Ministerio del Ambiente, a través de la plataforma Sistema ÚNICO DE Información Ambiental. SUIA

## CAPÍTULO III

### Marco Metodológico

Cuando el investigador se encuentra en la etapa inicial de la formulación de un proyecto de investigación es indispensable el conocer y posicionarse en un determinado paradigma que guíe el proceso investigativo, ya que, como lo afirman Guba y Lincoln (1994), no se puede entrar al terreno de la investigación sin tener una clara percepción y conocimiento de qué paradigma direcciona la aproximación que tiene el investigador hacia el fenómeno de estudio. Ramos (2015)

El trabajo investigativo requiere que se establezca un paradigma acorde al tipo de investigación que valide los criterios metodológicos más adecuados para el desarrollo de la investigación, que incluya la perspectiva metodológica y el procedimiento a ejecutar.

En la presente investigación se asume un Paradigma Constructivista, que para Ramos (2015), citando a Gergen:

Este paradigma marca su aparecimiento en la búsqueda de contrastar las disciplinas naturales o exactas con las de tipo social; siendo las ciencias cuestionadas, posibilitadas de almacenar el conocimiento y aplicar métodos investigativos experimentales; en contraste, el emergente constructivismo maneja la propuesta de abordar acontecimientos históricos de alta complejidad, en donde el saber no se considera como absoluto y acumulado, ya que en lo social, los fenómenos se encuentran en constante evolución.

Hernández et al. (2010) afirman que el constructivismo es un sustento para la investigación cualitativa, e indican las siguientes afirmaciones como aportaciones principales de este paradigma:

- La realidad se la construye socialmente desde diversas formas de percibirla.
- El saber se construye de forma social por los participantes en el proceso investigativo.
- La investigación no es ajena a los valores del investigador.

- Los resultados no pueden ser generalizados en forma ajena al contexto y el tiempo.

Con este marco, la selección del paradigma constructivista permitirá que en la presente investigación se puedan alcanzar los objetivos apegados a la realidad actual, considerando que las condiciones actuales de mercado en Loja, los niños y niñas no cuentan con un centro de diversión infantil que les permita aumentar las opciones de diversión, entretenimiento, aprendizaje e interacción con otros de su edad.

### **3.1. Enfoque de la Investigación**

Una vez que se ha definido la postura epistemológica, en base al paradigma constructivista, se define a la investigación actual como No Experimental, que Sampieri define como: “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos, (...) en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos”. Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista L, (2014).

Considerando que el proyecto de implementación del Centro de Diversión es una propuesta a ejecutarse posteriormente, se justifica la elección del diseño No Experimental.

El enfoque metodológico con que se aborda esta investigación es la Mixta; es decir, que incluye aspectos de la metodología cuantitativa y cualitativa.

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018).

Este enfoque metodológico mixto, conlleva la selección y aplicación de técnicas específicas cualitativas y cuantitativas, que son parte de cada uno de esos

enfoques de investigación, como medios propicios para construir la información base que permita un correcto análisis causal de la problemática existente en Loja sobre uso de tiempo de los niños y niñas; y, cómo generar una alternativa asociada con un centro de diversión infantil que les permita crecer aprendiendo y jugando.

### **3.2. Diseño de investigación**

Esta investigación que utiliza una perspectiva de investigación mixta, con el apoyo tanto una metodología cualitativa y una metodología cuantitativa, separadas en fases complementarias, que permiten identificar y levantar la información, validarla y utilizarla en búsqueda de resultados que ayuden a identificar las condiciones actuales de los niños y niñas, relacionadas con sus hábitos, uso de tiempo, preferencias de entretenimientos, oportunidades de implementación de juegos lúdicos y otros detalles fundamentales para el diseño del proyecto y su posterior ejecución..

Por tanto, el diseño definido corresponde a un Investigación multimétodos, que específicamente considera como diseño mixto de integración de procesos, que como manifiesta Hernández (2018), “representan el más alto grado de combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo” (p. 628).

Una vez definido el enfoque mixto de investigación, se considera dos tipos de investigación que generarán los datos y la información necesaria para cumplir con los objetivos establecidos. Estos tipos de investigación de carácter secuencial son:

- Investigación analítica:

La metodología analítica permite ser más amplio en el análisis de la investigación, Lopera, Ramírez, Zuloaga y Ortiz (2010) mencionan que; “Es un camino para llegar a un resultado mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos”.

Que en el desarrollo de este trabajo permitirá diagnosticar e identificar las condiciones actuales del tiempo y uso adecuado de tiempo de los niños y niñas de la ciudad de Loja, las actividades que regularmente realizan; y, los hábitos

adquiridos en esta etapa de crecimiento, que puedan servir de base para diseñar el servicio del centro de diversión infantil motivo de la investigación.

- Investigación descriptiva:

- 

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. Hernández Samipieri, Fernández Collado, Baptista L, (2014). pág. 92.

Una vez levantada la información se procederá a describir, mediante el uso de la estadística descriptiva los resultados obtenidos, que servirán para hacer estimaciones de utilización, ingresos, requerimientos específicos de diseño y servicio.

### **3.3. Muestreo**

Una vez establecida este contexto de trabajo, y al tener un enfoque de investigación mixto que incluye el método cuantitativo y con un diseño descriptivo, se define que el levantamiento de información se hace bajo la siguiente característica técnica:

- Muestreo por Conveniencia, que es de tipo No probabilístico.

Que en la aplicación de esta investigación, permitirá seleccionar a los elementos muestrales que aportarán sus criterios por medio de las herramientas de levantamiento de informaciones diseñadas.

### **3.4. Universo y muestra.**

**Universo:** El Universo considerado para este trabajo es la de hogares de la ciudad de Loja, donde existan niños y niñas de entre 1 a 9 años de edad.

### **Características de la Población o Universo**

- Residentes en la ciudad de Loja
- Con ingresos familiares mayores a los 1.000 dólares
- Padres de familia trabajadores dependientes, o independientes con dificultad de tiempo para atención e sus hijos.
- Padres de familia con hijos de entre 1 a 9 años, los mismos que no tengan un nivel de Discapacidad Física mayor del 49%

Esta delimitación permite tener información pertinente en lo temporal y cercanía geográfica; además de, que permite el procesamiento de los datos respetando las condiciones y requisitos estipulados, con el fin de disminuir la posibilidad de sesgo.

### **3.5. Proceso de recolección de los datos**

La recolección de datos se hará en fases consecutivas y complementadas. Dado que tanto el enfoque cuantitativo como el cualitativo utilizan técnicas diferenciadas, pero que pueden complementarse de forma adecuada y relacionada, en la que las variables de estudio pueden ser similares, con lo que se logrará tener una percepción de cualidades (características) y valores cuantificables del servicio y de mercado.

La primera fase utilizando el método exploratorio, que cubra las siguientes técnicas:

- Revisión bibliográfica

De estudios primarios sobre el tema y el contexto de la investigación, para establecer conceptos y definiciones sólidas que garanticen conclusiones válidas, sobre el servicio de Entretenimiento Infantil; y, sobre su pertinencia de creación desde lo legal y normativo; y, sobre su modelo de gestión.

- Consulta de bases de datos

Que permitan identificar la población motivo de estudio, su cuantificación y tener información sobre el tamaño de la demanda y de la oferta en la ciudad de Loja.

- Selección de una muestra de la población o universo determinada.

Para ello se utilizará la fórmula de cálculo de la muestra de una población finita:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

- Aplicación de una encuesta como instrumento de levantamiento de información.

Desarrollo de un instrumento de levantamiento de información que incluya preguntas abiertas y cerradas.

### **3.6. Análisis de los resultados**

La segunda fase utilizando el método descriptivo, que cubra el análisis de datos cuantitativos utilizando el utilitario Excel de Microsoft Office. Los resultados consolidados se presentarán, de acuerdo al tipo de dato, en gráficos e histogramas con una interpretación que ayude a entenderlos.

Para los datos cualitativos se hará un procesamiento sistémico de revisión de respuestas concordantes y alineadas al esquema de investigación. Los resultados consolidados se presentarán, de acuerdo al tipo de dato, en gráficos e histogramas con una interpretación que aumente su comprensión y aporte al objetivo de investigación. En el siguiente gráfico se puede observar las fases de análisis consideradas:



**Figura 1** *Fases del proceso de análisis de datos, Hernández Sampieri (2018)*

## **CAPÍTULO IV**

### **Estudio de mercado para un centro Diversión integral Infantil en la Ciudad de Loja**

En este capítulo se realiza el análisis de las condiciones actuales de mercado en la que el Centro de Diversión Infantil se insertaría, considerando las características esperadas por el segmento objetivo de la población a atender, la presencia de otros oferentes y las particularidades del servicio para apoyar el estudio técnico y financiero.

Se presentan también los resultados obtenidos de la aplicación de herramientas metodológicas para determinar la oferta y la demanda en el mercado del servicio de diversión integral infantil en la ciudad de Loja

En la actualidad, las condiciones restrictivas por la pandemia por el Covid-19, han impulsado una nueva realidad, ha permitido generar ideas de negocio que suplan necesidades creadas por las condiciones de vida que obligatoriamente se ha tenido que enfrentar. Sin dejar de lado que muchos negocios se han visto afectados de forma fuerte, debiendo cerrar en muchos de los casos.

En este contexto general, la idea de apoyar el buen uso del tiempo de los niños y niñas, creando el centro de diversión, busca poner en disposición una alternativa para que los superen las difíciles condiciones de relacionamiento limitado y el encerramiento con alternativas lúdicas, divertidas y que fortalecen el aprendizaje, en un solo espacio multiactivo, como el que se pretende implementar.

Pero para tener la certeza de que la idea es pertinente, ya no desde el punto de vista de la autora, es requerimiento obligatorio, realizar el estudio de mercado que ayude a tomar decisiones estratégicas y decisivas sobre la inversión y diseño del servicio.

#### **4.1. Objetivos del Estudio de Mercado**

##### **Objetivo General**

Realizar un Estudio de Mercado para determinar la factibilidad de implementar un centro de diversión infantil en la ciudad de Loja.

### **Objetivos específicos**

- Analizar la competencia actual de servicio de diversión infantil en Loja.
- Determinar la existencia de servicios sustitutos y complementarios asociados al tema infantil en la ciudad de Loja.
- Realizar una investigación de campo para determinar la demanda para el servicio de diversión infantil.
- Diseñar la propuesta del servicio de Diversión Integral Infantil.
- Determinar los precios de mercado del servicio de diversión Infantil.
- Identificar las variables de incidencia para el desarrollo de un Plan de Comercialización.

### **Preguntas de Investigación**

- ¿En qué condiciones se debe definir el tipo servicio asociado a un centro de diversión infantil?
- ¿Cuáles son las características y el perfil de consumidor para el servicio de diversión infantil en la ciudad de Loja?
- ¿Cuál es el nivel de demanda y de oferta de incidencia en los servicios de un centro de diversión infantil y de servicios sustitutos?

### **VARIABLES DE ESTUDIO**

Las variables de estudio que se incluyen en esta investigación son:

- Producto: Caracterización del servicio, demanda y oferta
- Precio: Precio estimado del servicio, precios servicios sustitutos
- Plaza: Sistema de comercialización y distribución del servicio
- Promoción: Medios de comunicación y promoción del servicio.

#### **4.2. Caracterización del Servicio**

El Centro de Desarrollo Integral infantil ofrece servicios de diversión y entretenimiento dirigido para niños y niñas en el que pueden desarrollar la

creatividad manual, impulsar la capacidad de aprendizaje activo, recrearse, aprender y participar de diversión en un ambiente de seguridad, comodidad y confort.

#### ***4.2.1. Servicios Sustitutos***

Entendidos como servicios que pueden ser una competencia al propuesto, y considerando que el Centro de Diversión Infantil busca atacar el tiempo libre de los niños y niñas menores de 11 años, los servicios sustitutos son variados.

- Academias de arte, danza, música, pintura, entre otras actividades afines.
- Academias deportivas, fútbol, básquet, natación, entre otras actividades afines,
- Centros de capacitación infantil

#### ***4.2.2. Servicios Complementarios***

Se busca tener servicios adicionales que cubran una mayor expectativa, que se detallan en el estudio técnico y de marketing.

### **4.3. Investigación de Mercados**

Según Naresh Malhotra, la investigación de mercados es "la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia. (Malhotra, 2008)

#### ***4.3.1. Metodología de la Investigación***

##### **Tipo de información que se recopilará**

La información que se recopilará estará directamente relacionada con las variables de estudio, para que se realice una investigación más precisa, ágil y coherente.

En el siguiente Cuadro 3, se puede identificar el tipo de información a levantar:

**Tabla 3**

*Tipos de información*

Variable de estudio	Tipo de información a levantar
Producto: Caracterización del servicio, demanda y oferta	- Tipo de servicio, demanda potencial, oferta, demanda insatisfecha
Precio: Precio estimado del servicio, precios servicios sustitutos	- Percepción sobre servicio, precios estimados de servicios sustitutos
Plaza: Sistema de comercialización y distribución del servicio	- Medios de comercialización, sistema de distribución
Promoción: Medios de comunicación y promoción del servicio	- Canales de comunicación, sistema de promoción

**Diseño de investigación**

“Esquema o programa para realizar el proyecto de investigación de mercados. Especifica los detalles de los procedimientos que son necesarios para obtener la información requerida, para estructurar y/o resolver los problemas de investigación de mercados”. (Malhotra, 2008)

**Tipo de diseño de investigación**

Para cumplimiento del objeto de estudio de esta investigación, el diseño de la misma incluye dos formas generales, que son:

- Investigación Concluyente (Descriptiva)

Que permite describir las características del servicio de diversión infantil o de servicios sustitutos, las características de la población objetivo y la determinación de las condiciones del mercado.

### **Investigación Descriptiva**

Para el desarrollo de este tipo de investigación se establecen las siguientes acciones:

- Levantamiento de información secundaria a nivel de bases de datos del SRI y de la Superintendencia de Compañías de Centros Educativos.
- Aplicación de encuestas a personas mayores de edad que tengan hijos en el segmento escogido de la ciudad de Loja

### **Necesidades de información**

Para cumplimiento de los objetivos de investigación, se requiere realizar una segmentación del mercado para definir de forma más adecuada la población objetivo. En el presente estudio, la segmentación es:

- Centros educativos
- Padres de familias

### **Recolección de fuentes secundarias**

El proceso de recolección de información secundaria se realiza considerando la naturaleza de la investigación y la posibilidad de acceso a datos e información actualizada o estimada.

En este contexto, se utilizaron páginas web de fuentes oficiales como:

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC
- Sistema Nacional de Información SNI

### **Recolección de datos de fuentes primarias**

Utilizando la plataforma en línea de Google Forms, que permite remitir el formulario a diferentes remitentes, recopilar las respuestas y tener un resumen inmediato de cada respuesta.

#### **4.3.2. Segmentación de mercado**

##### **Variables de segmentación**

La segmentación del mercado objetivo se hace en función de las siguientes variables.

VARIABLES DE SEGMENTACIÓN. Edad, tenencia de hijos, ubicación geográfica, nivel socioeconómico.

#### ***4.3.3. Población y muestra***

##### **Tamaño de la Población o Universo.**

- Definición de la población objetivo

La población objetivo, se define como personas mayores de edad que tenga bajo su responsabilidad a niños y niñas menores de entre 1 y 11 años. Por las condiciones actuales de pandemia por el Covid-19, no se ha podido desarrollar el Censo de Población y Vivienda, por lo que se desconoce los datos de hogar, por lo que no es posible determinar el tamaño de la Población o Universo.

- Determinación del marco muestral

Para determinar de manera más adecuada la selección de las unidades muestrales, el marco de muestreo es:

- Hombres y mujeres mayores de edad residentes en la ciudad de Loja.

- Selección de la técnica de muestreo

Para efectos del estudio, se considera que el muestreo es “Por conveniencia” que, es una técnica No Probabilística, para el caso de los beneficiarios de créditos, ya que por la aplicación vía correo electrónico y ubicación, se realizó el levantamiento a aquellos que son parte de la base de datos construida y de los barrios seleccionados según el criterio de segmentación geográfica.

#### 4.3.3.1. Cálculo y tamaño de la Muestra

- Determinación del tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, se utiliza la fórmula específica para poblaciones finitas, en las que se desconoce la población.

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

#### Donde:

**z** = Nivel de confianza del 95%, que corresponde a un valor z de 1,96

**p** = Probabilidad de que respondan a la encuesta, se estima en 50%

**q** = Probabilidad de que no respondan, es decir **1 - p = 1 - 0.5 = 0.5**

**e** = Máximo error permitido, se asume un 5%.

#### Desarrollo de la fórmula

$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2}$
---

n =	196			
Z <sup>2</sup> =		1,96	3,8416	0,9604
e <sup>2</sup> =		0,07	0,0049	0,0049
p =		0,5		<b>196</b>
q =		0,5		

#### **4.3.4. *Diseño del Instrumento de Investigación***

##### **Desarrollo del cuestionario**

Para cumplir con la investigación descriptiva diseñada, se utiliza la técnica de la encuesta, entendida como “un interrogatorio a los individuos a quienes se les plantea una variedad de preguntas con respecto a su comportamiento intencionalidades, actitudes, conocimientos, motivaciones, así como, características demográficas y de su estilo de vida” (Malhotra, 2008). Para ello se diseñó un formulario que incluye preguntas relacionadas a los objetivos del estudio de mercado.

La encuesta fue elaborada en la plataforma Google Forms, y se utilizó como instrumento de levantamiento de datos, constando de una estructura formal, con preguntas en un orden determinado, dichas preguntas fueron de carácter cerrado, pero también con algunas de carácter abierto, esperando mayor profundidad en los datos recabados por los informantes.

También se incluyó una escala de Likert, para determinar el grado de acuerdo o desacuerdo, respecto de la percepción sobre el crédito agrícola recibido.

El formato de la encuesta se puede observar en el siguiente enlace.

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeErKN5N7ZhmIkiYUbA2oqGaCYbjRuyBLfsqoMn5BFyVYFPaQ/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeErKN5N7ZhmIkiYUbA2oqGaCYbjRuyBLfsqoMn5BFyVYFPaQ/viewform?usp=sf_link)

#### **4.3.5. *Trabajo de campo***

Para el cumplimiento del operativo de campo, se establecieron las siguientes fases, secuenciales:

- Identificación de la base de correos electrónicos

A través de contactos familiares y de amistades, para ampliar el número de contactos a quienes se remitirá el formulario.

- Selección de redes sociales con alcance al mercado objetivo.

Utilizando redes sociales de fácil lectura y amplio alcance como Whatsapp y Facebook.

- Trabajo de campo

El operativo de campo se diseñó para cumplirse en un tiempo de cuatro semanas.

- Validación del trabajo de campo

La validación del trabajo de campo buscó corroborar que el levantamiento se hizo cumpliendo con todos los estándares establecidos, y para garantizar la calidad final del trabajo de campo.

#### ***4.3.6. Procesamiento y Análisis de la Información***

##### **Análisis de datos**

Para el procesamiento de los datos, por la versatilidad se realizó con el programa Excel de Office, tomando la base Excel que el programa Google Forms permite descargar, considerando que la aplicación de la encuesta fue en línea.

- Edición del cuestionario

En este paso se hizo una revisión de todos los formularios, para verificar la razonabilidad de las respuestas remitidas.

- Codificación

Para el procesamiento cuantitativo y estadístico de los datos se asignaron códigos que faciliten la determinación de los estadísticos y descriptores (en este caso que se incluyen en la hoja de cálculo Excel). La asignación se hizo de tal forma que un código numérico represente a una sola respuesta, campo o variable.

Para estandarizar la tabulación, se creó un libro de códigos asignados a las variables incluidas.

- Tabulación

Una vez que las respuestas fueron codificadas se realizó el conteo o tabulación en la hoja de cálculo Excel, con los campos de respuesta de cada una,

para los tipos de preguntas abiertas o cerradas, es decir aquellas con datos de nivel de datos ordinal o nominal, en las que las columnas utilizadas fueron limitadas.

Para los datos de nivel de intervalo y de razón se abrieron columnas de tabulación de acuerdo al número de respuestas dadas.

- Consolidación y análisis

Una vez realizado el proceso de tabulación se consolidaron las respuestas y se realizó una ponderación que permita una interpretación sobre la base de frecuencias absolutas y relativas que ayuden en la descripción y la interpretación.

Para ello se utilizaron gráficos estadísticos de nivel descriptivo, como distribuciones de frecuencia, medidas de tendencia central como la media; así como, medidas de variación como el rango.

#### ***4.3.7. Resultados del levantamiento de información***

Una vez realizado el trabajo de campo, según el diseño metodológico, los resultados de la encuesta aplicada a la población objetivo, se muestra a continuación.

### **RESULTADOS DE LA ENCUESTA**

**Tabla 4**

*Conoce sobre lo que es un Centro de Diversión Infantil*

<b>Conoce lo que es un centro de diversión infantil</b>		
<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si conoce</b>	137	71%
<b>No conoce</b>	57	28%
<b>No responde</b>	1	1%
<b>Total</b>	<b>196</b>	<b>100%</b>

*Encuesta Estudio de Mercado*



**Figura 2** Conocimiento sobre centro de diversión infantil

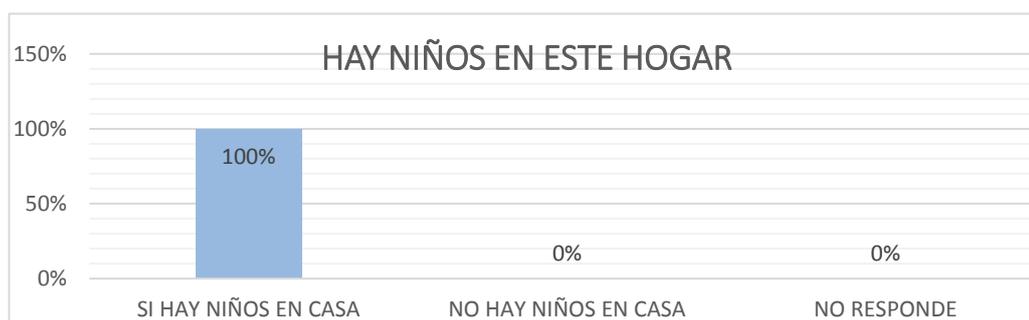
**Interpretación:** El 70% de los encuestados indica que si conocen sobre Centros de Diversión Infantil en la ciudad de Loja.

**Tabla 5**

*Hay niños de entre 1 y 10 años en esta casa*

Hay niños entre 1 y 10 años en esta casa		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si hay niños en casa	196	100%
No hay niños en casa	0	0%
No responde	0	0%
<b>Total</b>	<b>196</b>	<b>100%</b>

*Encuesta Estudio de Mercado*



**Figura 3** hay niños en el hogar

**Interpretación:** Del estudio de mercado efectuado en la ciudad de Loja se puede determinar que el 100% tiene niños, esto se verifica por la segmentación de mercado.

**Tabla 6**

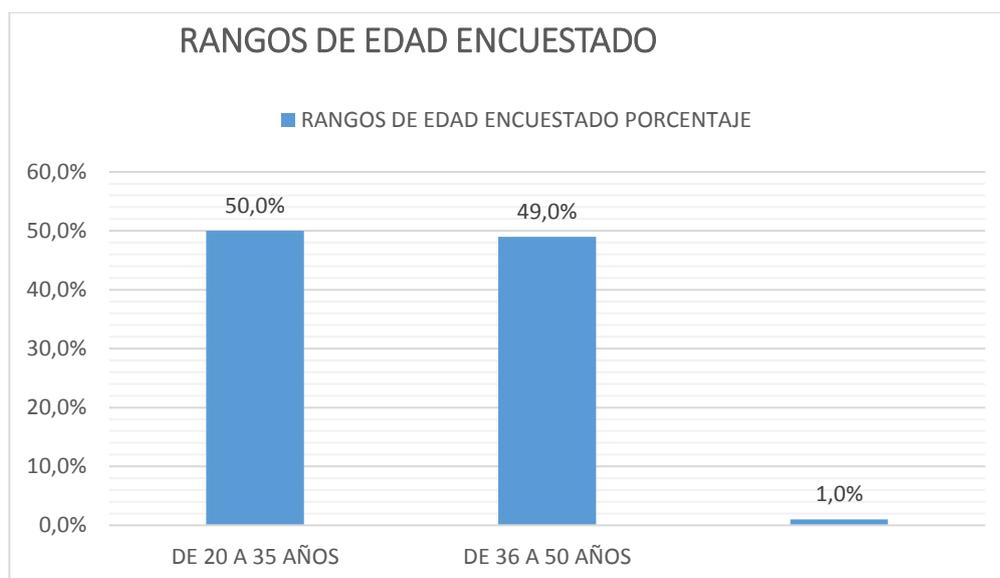
*Rangos de edad de encuestados*

Rangos de edad encuestado		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
De 20 a 35 años	98	50,0%
De 36 a 50 años	96	49,0%
Mayor a 50 años	2	1,0%
<b>Total</b>	<b>196</b>	<b>100,0%</b>

<b>Promedio edad</b>	<b>35,13</b>
----------------------	--------------

*Encuesta Estudio de Mercado*



**Figura 4** Rangos de edad de encuestados

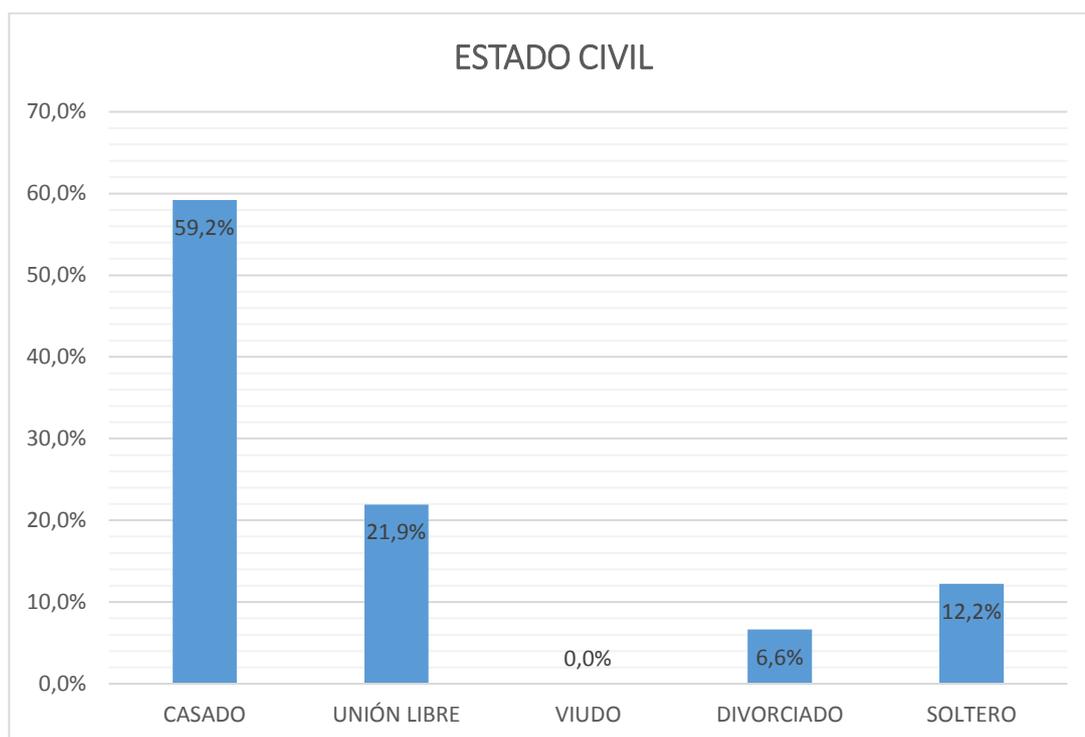
**Interpretación:** El rango de edad de personas encuestadas se encuentra entre 20 y 35 años de edad.

**Tabla 7**

*Estado civil de encuestados*

Estado civil		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Casado	116	59,2%
Unión libre	43	21,9%
Viudo	0	0,0%
Divorciado	13	6,6%
Soltero	24	12,2%
<b>Total</b>	<b>196</b>	<b>100,0%</b>

*Encuesta Estudio de Mercado*



**Figura 5** *Estado civil de encuestados*

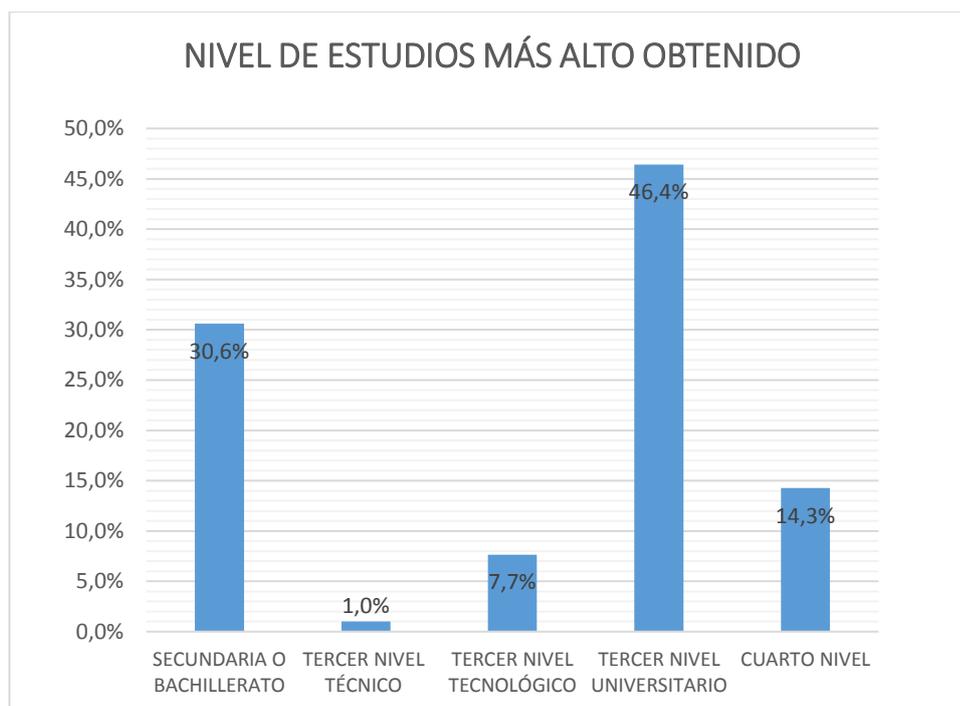
**Interpretación:** El 52 % de personas encuestadas son de estado civil casado.

**Tabla 8**

*Nivel de estudios más alto obtenido*

Nivel de estudios más alto obtenido		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria o bachillerato	60	30,6%
Tercer nivel técnico	2	1,0%
Tercer nivel tecnológico	15	7,7%
Tercer nivel universitario	91	46,4%
Cuarto nivel	28	14,3%
<b>Total</b>	<b>196</b>	<b>100,0%</b>

*Encuesta Estudio de Mercado*



**Figura 6** Nivel de estudios más alto obtenido

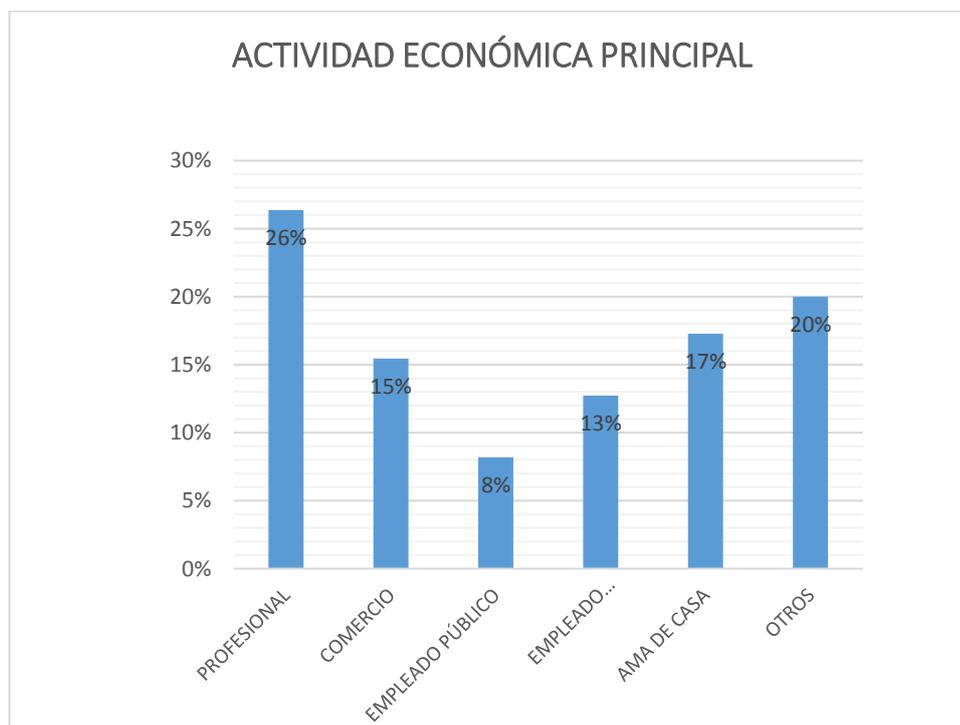
**Interpretación:** Las personas encuestadas tienen el 46,4% de estudio de tercer nivel universitario, seguido del 30,6% de nivel de estudio secundario/bachillerato.

**Tabla 9**

*Actividad económica principal*

Actividad económica principal		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Profesional	29	26%
Comercio	17	15%
Empleado público	9	8%
Empleado privado	14	13%
Ama de casa	19	17%
Otros	22	20%
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0%</b>

*Encuesta Estudio de Mercado*

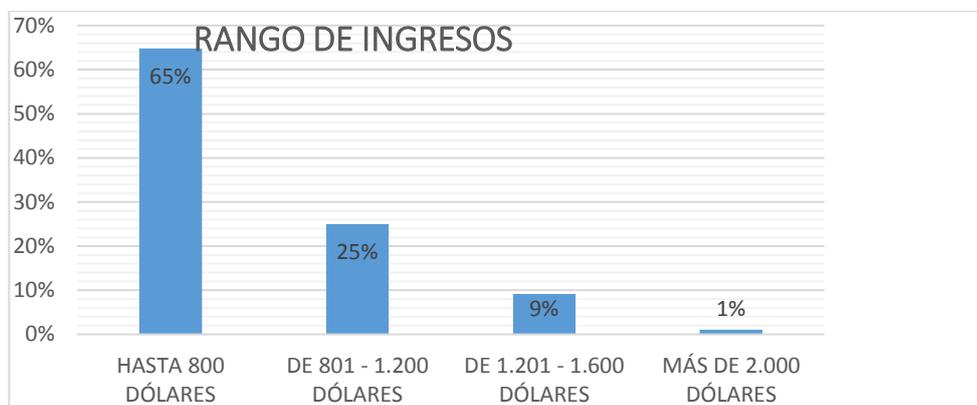


**Figura 7** *Actividad económica principal*

**Interpretación:** De la actividad económica de los encuestados el 26% tienen nivel profesional, seguido del 20% de otras carreras.

**Tabla 10***Nivel de ingresos familiares*

<b>Rango de ingresos familiares</b>		
<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Hasta 800 dólares</b>	127	65%
<b>De 801 - 1.200 dólares</b>	49	25%
<b>De 1.201 - 1.600 dólares</b>	18	9%
<b>Más de 2.000 dólares</b>	2	1%
<b>Total</b>	<b>196</b>	<b>100,0%</b>

*Encuesta Estudio de Mercado***Figura 8** *Nivel de ingresos familiares*

**Interpretación:** El rango de ingreso el 65% oscila hasta \$800, seguido del 25% hasta \$1200.00.

**Tabla 11***Número promedio de hijos*

<b>Número de hijos</b>	<b>332</b>
<b>Promedio de hijos</b>	<b>2,00</b>

*Encuesta Estudio de Mercado*

**Interpretación:** Referente al número de hijos se puede indicar que en promedio tienen 2 hijos.

**Tabla 12**

*Actividades que realizan los niños del hogar*

Qué beneficios cree que hay si se estudia fuera de la provincia						
VARIABLES	Si realizan	No realizan	No responde	Si realizan	No realizan	No responde
Estudiar, leer, aprender	157	37	2	80%	19%	1%
Jugar o realizar actividades recreativas	192	0	0	100%	0%	0%
Ver televisión, estar en la computadora, celular, Tablet o similares	190	2	2	98%	1%	1%
Actividades de aprendizaje asociado a la cultura, música, artes en general	124	70	2	63%	36%	1%
Interactuar con otros niños de su edad de forma libre y con cuidados permanentes	160	34	0	82%	18%	0%

*Encuesta Estudio de Mercado*



**Figura 9** *Actividades que realizan los niños del hogar*

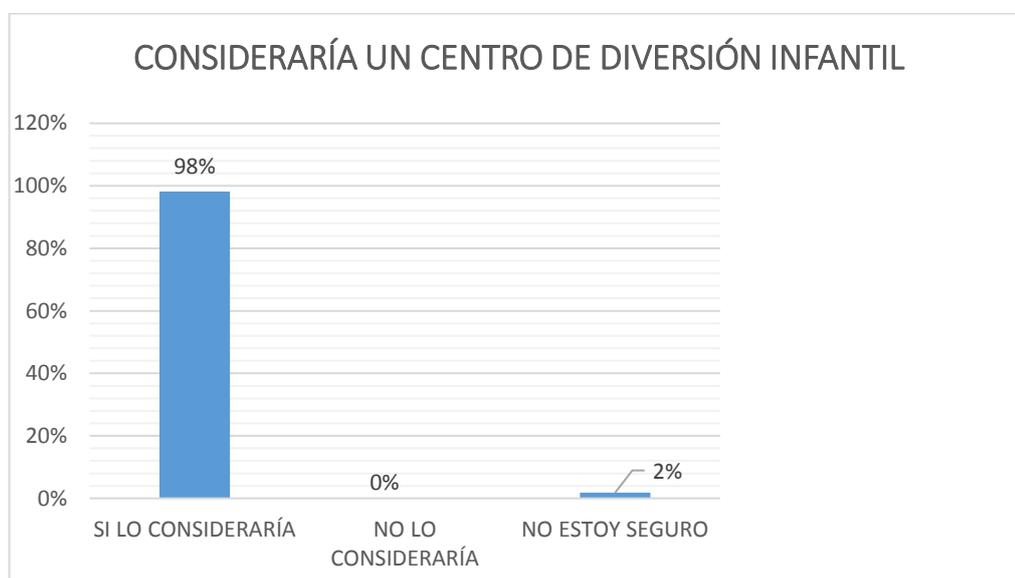
**Interpretación:** Referente a las actividades que realizan los niños en sus tiempos libres podemos mencionar que el 100% realizan actividades recreativas y de juegos, el 98% ven televisión, están en la computadora, celular, Tablet o similares; entre el 82% y 80% interactúan con otros niños y estudian y leen.

**Tabla 13**

*Actividades que realizan los niños del hogar*

<b>Consideraría usted un centro de diversión infantil</b>		
<b>Variabes</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si lo consideraría</b>	192	98%
<b>No lo consideraría</b>	0	0%
<b>No estoy seguro</b>	4	2%
<b>Total</b>	<b>196</b>	<b>100%</b>

*Encuesta Estudio de Mercado*



**Figura 10** *Consideraría un Centro de Diversión Infantil*

**Interpretación:** Del 100% de encuestados el 98% indica que si consideraría utilizar los servicios de un Centro de Diversión Integral para niños y niñas.

#### **4.3.8. Demanda Histórica, Actual y Futura**

##### **Comportamiento de la Demanda Histórica**

Las actividades a la que los niños se han involucrado históricamente se el cumplimiento de actividades académicas en la mayor parte del tiempo. Y, como

complemento en la ciudad de Loja, ha existido principalmente una predisposición a actividades artísticas y culturales, por la presencia de.

- Conservatorio de Música Salvador Bustamante Celi
- Academia Santa Cecilia
- Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Loja
- Centros Deportivos
- Centros de Aprendizaje de Idiomas
- Parques recreacionales y deportivos

Sobre el uso del tiempo disponible de los niños y la disposición de sus padres por realizar las actividades que podrían realizar en los centros mencionados, no existe una cuantificación sobre su uso, pero se estima que ha existido y termina siendo Demanda Histórica, por tanto, la cuantificación de la demanda se considera la totalidad de niños de hasta 11 años, para ello se incluyen los datos demográficos proyectado por el INEC.

Edad	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1 - 4	19.344	19.458	19.573	19.686	19.806	19.928	20.041	20.149	20.253	20.351	20.444
5 - 9	22.976	23.205	23.416	23.607	23.775	23.926	24.074	24.214	24.355	24.500	24.648
<b>Total</b>	<b>42.320</b>	<b>42.663</b>	<b>42.989</b>	<b>43.293</b>	<b>43.581</b>	<b>43.854</b>	<b>44.115</b>	<b>44.363</b>	<b>44.608</b>	<b>44.851</b>	<b>45.092</b>

*INEC.*

Según los datos del INEC, al año 2020 la demanda histórica es de 45.092 niños en edad potencial de uso de los servicios del Centro de Diversión Infantil.

### **Identificación de la Demanda Actual**

Para la identificación de la demanda actual, partiendo de la segmentación socioeconómica, que, según el INEC en la Encuesta de Segmentación

Socioeconómica, tiene los siguientes porcentajes asociados a la población ecuatoriana.

<b>Estrato</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>POBLACIÓN</b>
		45.092
<b>Estrato A</b>	1,90%	857
<b>Estrato B</b>	11,20%	5050
<b>Estrato C+</b>	22,80%	10281
<b>Estrato C-</b>	49,30%	22230
<b>Estrato D</b>	14,90%	6719

La demanda total es de 16.188 niños en la ciudad de Loja.

<b>Demanda estimada</b>	<b>16188</b>
<b>Demanda total por oferente</b>	193
<b>Demanda potencial</b>	189
<b>Estimación de uso</b>	20%
<b>Demanda actual</b>	38

La demanda total resulta de la división de la demanda total para la oferta actual de 84 oferentes.

La demanda potencial es el 98% de la demanda total por oferente, dato proveniente de las encuestas aplicadas.

La estimación de uso del 20% se plantea como un escenario conservador para el uso del servicio del Centro de Diversión Infantil.

### **Proyección de la Demanda Futura**

Para la proyección de la demanda se saca un promedio del crecimiento demográfico, según las proyecciones del INEC.

2.010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
19.344	19.458	19.573	19.686	19.806	19.928	20.041	20.149	20.253	20.351	20.444
22.976	23.205	23.416	23.607	23.775	23.926	24.074	24.214	24.355	24.500	24.648
<b>42.320</b>	<b>42.663</b>	<b>42.989</b>	<b>43.293</b>	<b>43.581</b>	<b>43.854</b>	<b>44.115</b>	<b>44.363</b>	<b>44.608</b>	<b>44.851</b>	<b>45.092</b>
	0,81%	0,76%	0,71%	0,67%	0,63%	0,60%	0,56%	0,55%	0,54%	0,54%

Una vez realizado el cálculo de crecimiento anual de la proyección anterior, se saca un promedio que en su cálculo es 0,64% con este porcentaje se proyecta el crecimiento de la demanda.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>DEMANDA</b>	16.188	16.291	16.395	16.499	16.604
	0,64%	0,64%	0,64%	0,64%	0,64%
	103	104	104	105	106

#### **4.4. Análisis de la Oferta de Centros de Entretenimiento en la Ciudad de Loja**

##### **4.4.1. Factores que Afectan la Oferta**

Los factores que directamente afectan a la oferta se asocian con las condiciones sociales, económicas, políticas, con los hábitos y costumbres del mercado objetivo, con los deseos, la moda y otras variables que influyen en las decisiones de quienes deciden por los infantes, como son los padres y representantes.

En las condiciones actuales, es importante también incluir los aspectos de restricciones, de bioseguridad, de salud y emocionales por la pandemia por el Covid-19.

##### **4.4.2. Oferentes Actuales**

De acuerdo con los datos del Catastro del SRI, de aquellas personas y empresas registradas con RUC y actividades relacionadas y que se consideran como competencia directa, se han identificado 84 registros que se incluyen como la oferta actual.

<b>Actividades de competencia directa</b>	<b>Cantidad</b>
Actividades de administración de programas de enseñanza primaria, secundaria y postsecundaria y de programas especiales de reeducación profesional	2
Actividades de enseñanza de idiomas y clases de conversación.	42
Actividades de guardería o atención diurna de niños, incluyendo el cuidado diurno de niños con discapacidad.	9
Actividades de servicios de deberes dirigidos, tutoría académica, preparación para el ingreso a la universidad, centros de enseñanza que ofrecen cursos de recuperación y cursos de repaso para exámenes profesionales.	5
Enseñanza de artes marciales.	1
Enseñanza de gimnasia, yoga.	3
Enseñanza de natación.	5
Enseñanza en adiestramiento deportivo: béisbol, basquetbol, voleibol, fútbol, etcétera.	1
Escuelas y academias de baile.	15
Prestación de servicios no educativos de apoyo a procesos o sistemas educativos como consultoría de educación, orientación educativa, servicios de exámenes y evaluación de los mismos, organización de programas de intercambio de estudiantes.	1
<b>TOTAL ACTIVIDADES DE COMPETENCIA DIRECTA</b>	<b>84</b>

#### SRI

Teniendo una capacidad estimada por oferente de 100 servicios, el total de la oferta actual identificada es de 8.400 unidades de servicio para igual número de personas.

#### **4.4.3. Proyección de la Oferta**

Para proyectar la oferta se considera un porcentaje del 10%, considerando el crecimiento demográfico, el mejoramiento de las condiciones socioeconómicas y el aumento de los negocios asociados al uso del tiempo de los niños. Por lo que la oferta llegaría a 122 oferentes al año 5 del proyecto.

<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>84</b>	92	101	111	122

La capacidad instalada de la oferta se promedia en 100 usuarios atendidos por lo que la oferta cubre una porción del mercado de.

<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>84</b>	92	101	111	122
<b>10%</b>	10%	10%	10%	10%
<b>8</b>	9	10	11	12
<b>CAPACIDAD DE CADA OFERENTE</b>				
<b>100</b>	100	100	100	100
8400	9200	10100	11100	12200

#### **4.5. Cálculo de la Demanda Insatisfecha para la Creación de un Centro De Diversión Infantil en la Ciudad de Loja**

La Demanda Insatisfecha se calcula tomando la demanda identificada y proyectada según el estudio de mercado; adicional se considera la oferta existente. Y la diferencia entre estas dos variables define la demanda insatisfecha.

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>DEMANDA</b>	16.188	16.291	16.395	16.499	16.604
<b>OFERTA</b>	8400	9200	10100	11100	12200
<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	7.788	7.091	6.295	5.399	4.404
	52%	56%	62%	67%	73%

*Elaboración propia*

#### **4.6. Desarrollo de un Plan de Comercialización para el Centro de Diversión Infantil.**

La propuesta para elaboración del Plan de Comercialización para el centro de entretenimiento en la ciudad de Loja se implementará a través del desarrollo y análisis de cada una de las variables que conforman el Marketing Mix: Producto/Servicio, Precio, Plaza y Promoción, con el fin de generar una estrategia global de crecimiento y desarrollo en el mercado a través de un ventaja competitiva

que permita cumplir con las necesidades del cliente y lograr la sostenibilidad del proyecto.

#### **4.6.1. Estrategia de Servicio**

El Centro de Desarrollo Integral infantil ofrece servicios de diversión y entretenimiento dirigido para niños y niñas en el que pueden desarrollar la creatividad manual, impulsar la capacidad de aprendizaje activo, recrearse, aprender y participar de diversión en un ambiente de seguridad, comodidad y confort.

#### **Características:**

<b>Tangibles</b>	<b>Intangibles</b>
- Juegos Venture: Espacio recreativos	- Marca
- Arte Venture: Danza, Pintura, diseño	- Servicio
- Biblio-Venture: Lectura, idiomas	- Seguridad
- Ludo-Venture: juegos lúdicos de mesa legos, rompecabezas	- Confort
- Ventura Creativa: Laboratorios de observación y experimentación	- Innovación
- Deporte-Ventura: básquet, vóley, rayuela, baile de silla entre otros.	- Creatividad
- Ventura Tech: programas diseño e innovación, meca trónica, robótica	
- Ventura Snack: espacios para degustar snacks.	
- Ventura Garden: relación directa con la naturaleza.	

*Elaboración propia*

Marca Servicio registrada en la SENADI: “PEKEVENTURA

Nombre de la Empresa: Centro de Diversión Integral PEKEVENTURA

Slogan: “La aventura de crecer”

Logotipo:



#### ***4.6.2. Estrategia de Precio***

La estrategia de precio que definirá el Centro de entretenimiento estará basada en el cálculo de costos y gastos totales de la prestación del servicio más un margen de ganancia que le permita obtener un beneficio económico para el inversionista, adicional estos cálculos serán comparados con los precios de la competencia.

- Costos:
  - Mano de obra
  - Insumos
  - Mantenimiento
  - Suministros
- Gastos:
  - Gastos de venta y comercialización
  - Gastos de administración
  - Gastos financieros
  - Impuestos

Se aplicarán políticas de descuento especial por evento.

#### ***4.6.3. Estrategia de promoción/publicidad***

La promoción y publicidad del Centro de Desarrollo Integral se realizará a través de la utilización de medios publicitarios y tecnológicos que permitan informar, persuadir y recordar al cliente los servicios y beneficios que le puede otorgar.

Entre las estrategias se encuentran:

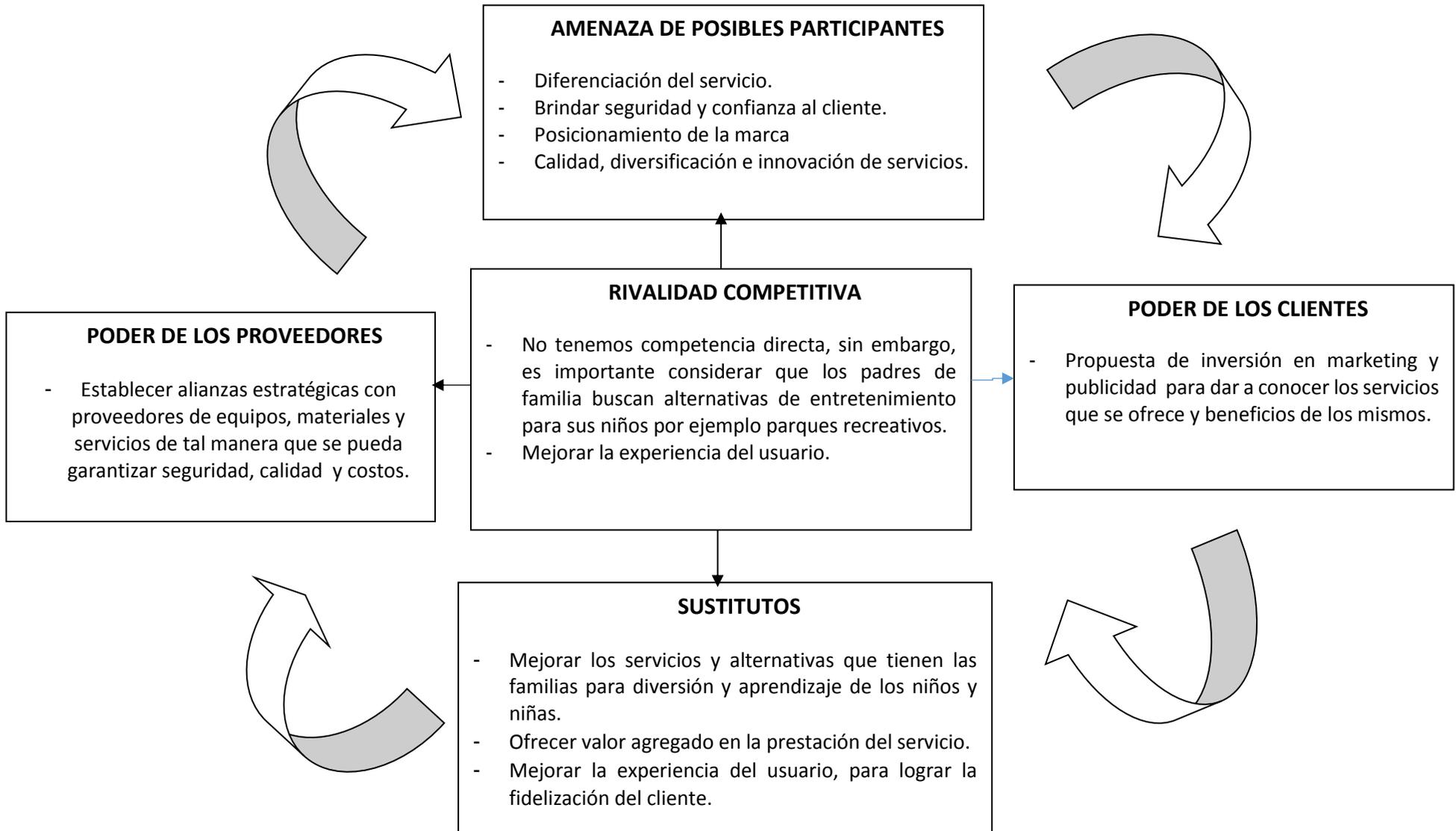
- Venta Personal: venta directa y vinculación para alianzas estratégicas con instituciones educativas.
- Redes sociales: comunicar efectivamente el servicio que ofrece el centro, beneficios, atractivos entre otros.
- Diseñar planes promocionales atractivos para los clientes.
- Descuento en fechas especiales.
- Diseño de imagen corporativa que incluya, diseño página web, personalización redes sociales, material y artículos publicitarios.

#### ***4.6.4. Estrategia de Plaza***

La prestación del servicio se realizará en la ubicación del Centro de Diversión Integral PEKEVENTURA, que será un lugar adecuado y con las condiciones propias de seguridad y acceso para los clientes.



#### 4.6.5. Matriz Porter - Estrategias



# CAPÍTULO V

## Estudio Técnico para la creación de un centro de entretenimiento en la ciudad de Loja

En este capítulo se propone todo el diseño físico y técnico del centro de diversión integral infantil en Loja q servirá para mejorar la relación infancia naturaleza, por lo tanto, se comenzará con la determinación de la ubicación pertinente en la ciudad de Loja

### 5.1. Análisis y determinación localización del proyecto

#### 5.1.1. Macrolocalización

El Centro de Diversión Integral PEKEVENTURA, estará ubicado en la ciudad de Loja, provincia Loja, parroquia San Sebastián.

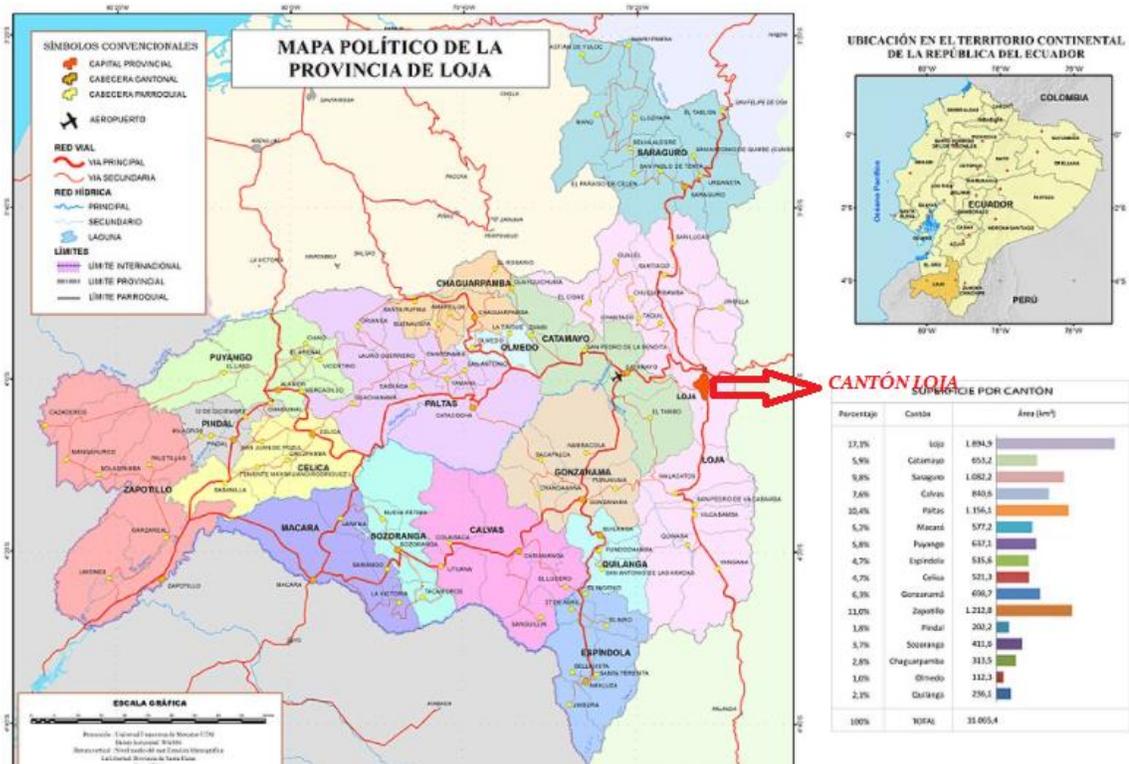
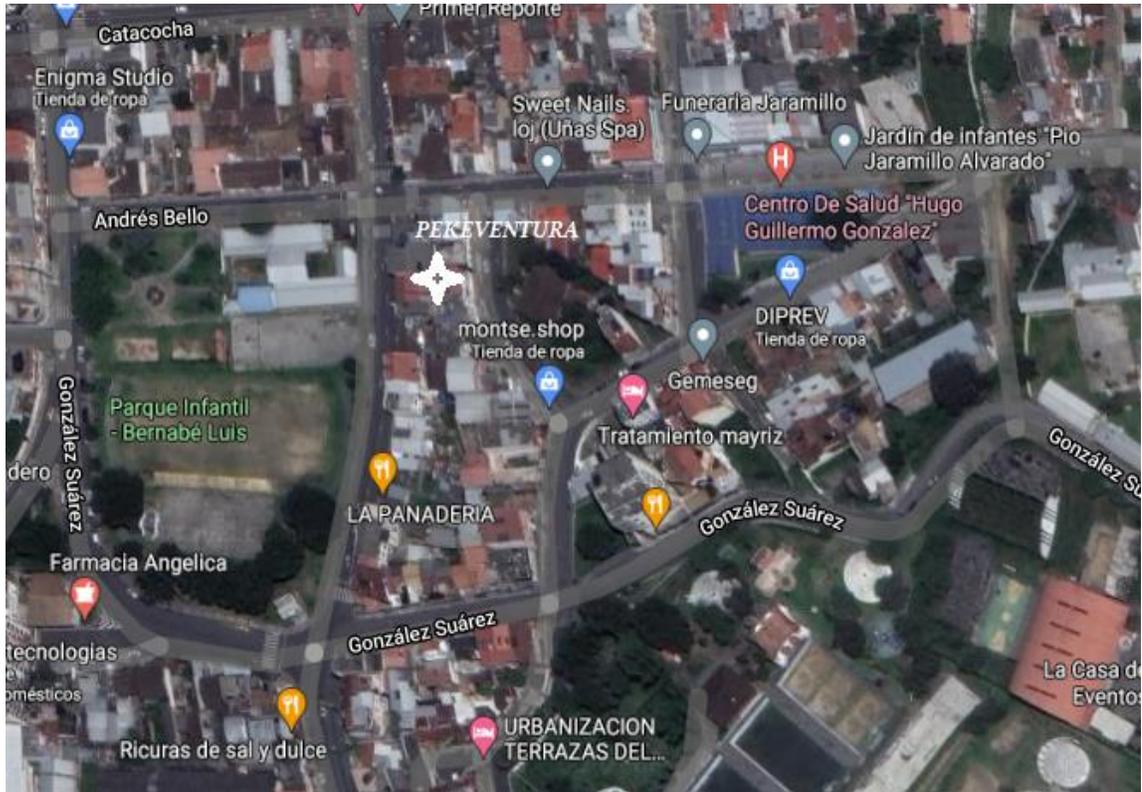


Figura 11 Macrolocalización del Centro de Diversión infantil

### 5.1.2. Microlocalización

El Centro de Diversión Integral PEKEVENTURA, estará ubicado en un lugar cercano de fácil acceso para los usuarios.



**Figura 12** Microlocalización del Centro de Diversión Infantil – Google Maps

### 5.1.3. Accesibilidad y comunicación

La ubicación garantizará accesibilidad a cualquier medio de transporte público y/o privado y permitirá la comunicación efectiva.

#### **Factores ambientales**

El espacio de ubicación del Centro de Diversión Integral PEKEVENTURA, garantizará condiciones ambientales adecuadas para el correcto funcionamiento del centro en el que se considerará aspectos como la temperatura, humedad entre otros.

### **Acceso a servicios básicos**

El lugar dispondrá de acceso a servicios básicos tales como: agua, luz, internet, que garanticen cumplir con el objetivo del proyecto.

## **5.2. Análisis y determinación del tamaño del proyecto**

### **5.2.1. Factores que determinan el tamaño**

Entre los principales factores que se consideran para definir el tamaño del proyecto se encuentran:

- **Tamaño del mercado:** se definirá de acuerdo a la cantidad del servicio demandada proyectada a futuro y que permita identificar la capacidad de instalación.
- **Disponibilidad de recursos financieros:** la disponibilidad de recursos financieros permitirá definir la capacidad de inversión referente a infraestructura, equipos, mobiliarios, insumos, mano de obra, servicios varios.
- **Disponibilidad de recursos humanos:** El Centro de Diversión Integral PEKEVENTURA, garantizará la disponibilidad de recurso humano calificado para la administración, gestión, enseñanza y cuidado de los niños y niñas.

Contará con el siguiente personal:

- Gerente administrador del Centro
- Secretaria - Contadora
- Parvularias
- Paramédico
- Guardia
- Servicios Generales

- **Disponibilidad de equipos y materiales**

Para la organización, instalación y adecuación de las diferentes áreas del Centro de Diversión Integral se requiere los equipos y materiales a continuación detallados:

<b>ITEM</b>	<b>ÁREAS</b>	<b>EQUIPOS Y MATERIALES</b>
1	Juegos Venture: Espacios recreativos	Colchonetas, juegos inflables, balones, globos, rodaderas.
2	Arte Venture: Danza, Pintura, música	Espejos, trípodes, papelógrafos, pinturas, instrumentos musicales tales como guitarra, piano.
3	Biblio-Venture: Lectura, idiomas	Libros, cuentos, parlantes, computadora
4	Ludo-Venture: juegos lúdicos de mesa legos, rompecabezas	Juegos de mesa, legos, rompecabezas, ajedrez.
5	Ventura Creativa: Laboratorios de observación y experimentación	Balanza digital, probetas, pipetas, microscopio, recipientes, vasos medidores. Tubos de ensayo.
6	Deporte-Ventura: básquet, vóley, rayuela, baile de silla entre otros.	Aro de básquet, pelotas, red, pizarra.
7	Ventura Tech: programas diseño e innovación, mecatrónica, robótica	Computadora, programas de diseño, multímetros, voltímetros, osciloscopios, pistolas, pinturas, barnices, pinzas, cámaras de visión, kits de robótica.
8	Ventura Snack: espacios para degustar snacks.	Refrigerador, microondas, vajilla, dispensador de agua.
9	Ventura Garden: relación directa con la naturaleza.	Plantas, semillas, abonos, maceteros, regaderas, palas, picos.

*Encuesta Estudio de Mercado*

- **Requerimiento Muebles y enseres**

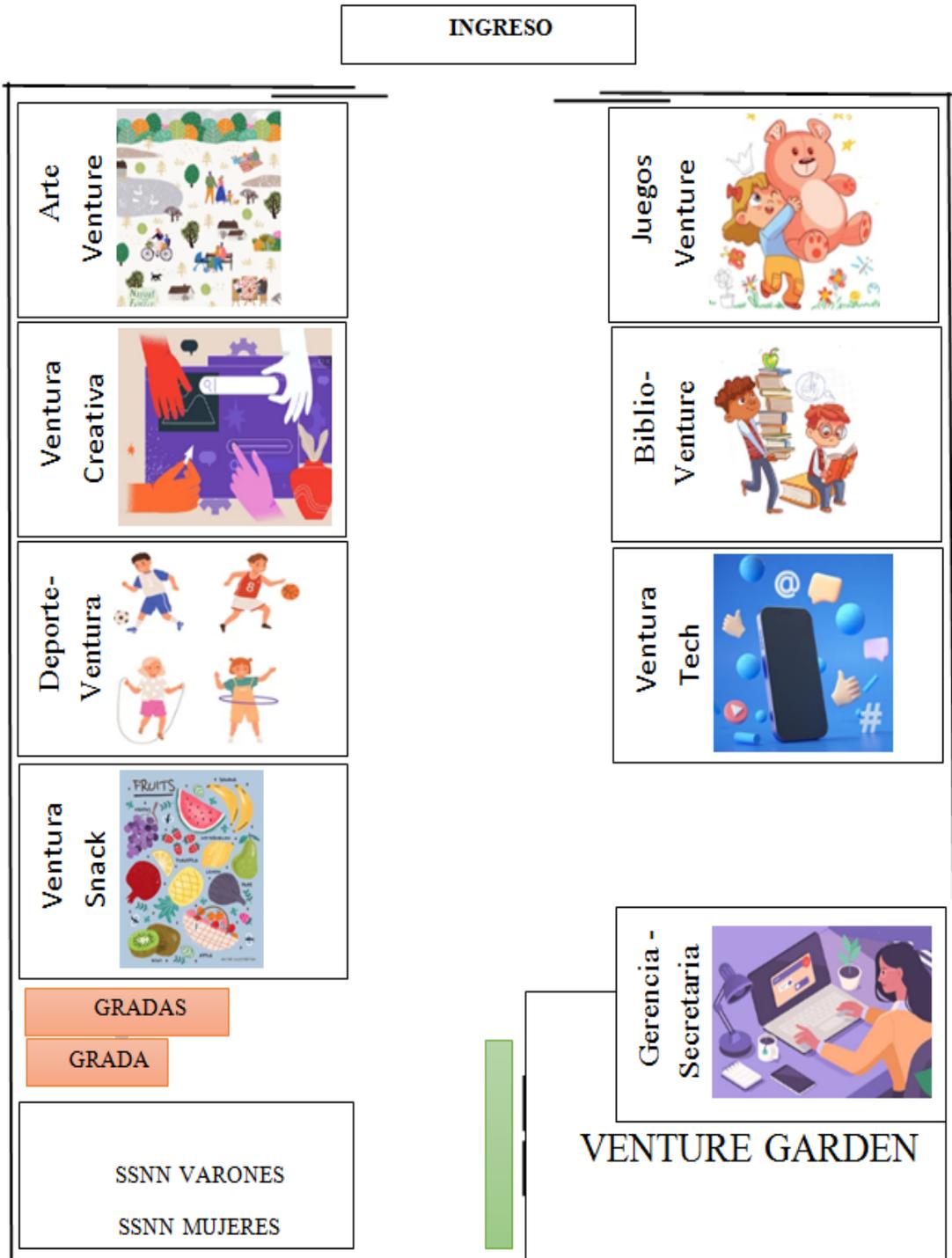
Para la organización, instalación y adecuación de las diferentes áreas del Centro de Diversión Integral se requiere los muebles y enseres que a continuación detallados:

<b>ITEM</b>	<b>ÁREA</b>	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>
<b>ADMINISTRATIVA</b>		
<b>1</b>	Gerencia	1 Computadora de escritorio 1 Escritorio en melanina 1 Silla giratoria 5 sillas de espera 1 estante
<b>2</b>	Secretaria/Contabilidad	1 Computadora de escritorio 1 Escritorio en melanina 1 Silla giratoria 3 sillas de espera 1 estante 1 archivador 1 impresora 1 pizarra
<b>ITEM</b>	<b>ÁREA OPERATIVA</b>	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>
<b>1</b>	Juegos Venture: Espacios recreativos	Sillas en estructura metálica Estante Casilleros
<b>2</b>	Arte Venture: Danza, Pintura, música	4 Mesas de madera pequeñas 15 sillas madera pequeñas
<b>3</b>	Biblio-Venture: Lectura, idiomas	4 Mesas de madera pequeñas 8 sillas madera pequeñas 8 cojines 1 alfombra 1 pizarra
<b>4</b>	Ludo-Venture: juegos lúdicos de mesa legos, rompecabezas	2 mesas de madera pequeñas 10 taburetes 1 casillero

			1 estante de madera
<b>5</b>	Ventura Creativa: Laboratorios de observación y experimentación		1 mesa de trabajo 4 taburetes de madera
<b>6</b>	Deporte-Ventura: básquet, vóley, rayuela, baile de silla entre otros.		1 casillero
<b>7</b>	Ventura Tech: programas diseño e innovación, mecatrónica, robótica		1 mesa de trabajo 10 taburetes 1 silla
<b>8</b>	Ventura Snack: espacios para degustar snacks.		4 mesas pequeñas 10 sillas

*Estudio de Mercado*

- **Disponibilidad de infraestructura y espacio:** Para el funcionamiento del Centro de Diversión Infantil PEKEVENTURA se requiere un espacio mínimo de 200 metros cuadrados, los mismos que serán distribuidos en el Área Administrativa y Operativa conforme la siguiente figura. El espacio para la infraestructura será adquirido y gestionado por los accionistas.



**Figura 13** Distribución de áreas del Centro de Diversión Infantil Pekeventura - [https://www.shutterstock.com/es/search?image\\_type=illustration](https://www.shutterstock.com/es/search?image_type=illustration)

### 5.3. Análisis, disponibilidad y costos de los requerimientos del proyecto

- **Costos Fijos**

Generados por la gestión administrativa, la base operativa general del servicio y los requerimientos tecnológicos y físicos básicos.

- **Costos Variables**

Asociados con la prestación del servicio, de forma directa y que se modifican con el volumen de demanda atendida.

<b>Instalaciones</b>	<b>Mano de obra</b>	<b>Capital</b>
Equipamiento de juegos	Secretaria	Capital de inversión
Equipos de cómputo	Parvularias	
Mesas de trabajo	Servicios generales	
Juegos lúdicos		
Materiales de seguridad		

*Encuesta Técnico*

### 5.4. Ingeniería del proyecto

- **Diseño del proceso del proyecto**

Paso 1. Los niños con sus padres ingresan a las instalaciones del Centro.

Paso 2. Los padres contratan el servicio reconociendo los beneficios y el sistema de seguridad.

Paso 3. Se equipa a los niños con los implementos de seguridad diseñados.

Paso 4. Niños utilizan los espacios diseñados.

Paso 5. Durante el tiempo de permanencia las parvularias acompañan, guían y motivan a los niños.

Paso 6. Los niños toman un refrigerio

Paso 7. Los niños continúan con sus actividades lúdicas y de diversión.

Paso 8. Los niños terminan su jornada y se cambian de vestimenta.

Paso 9. Padres cancelan los servicios, el tiempo que hayan estado los niños.

Paso 10. Los niños y sus padres se retiran del centro.

5.4.1. *Flujograma de los procesos*

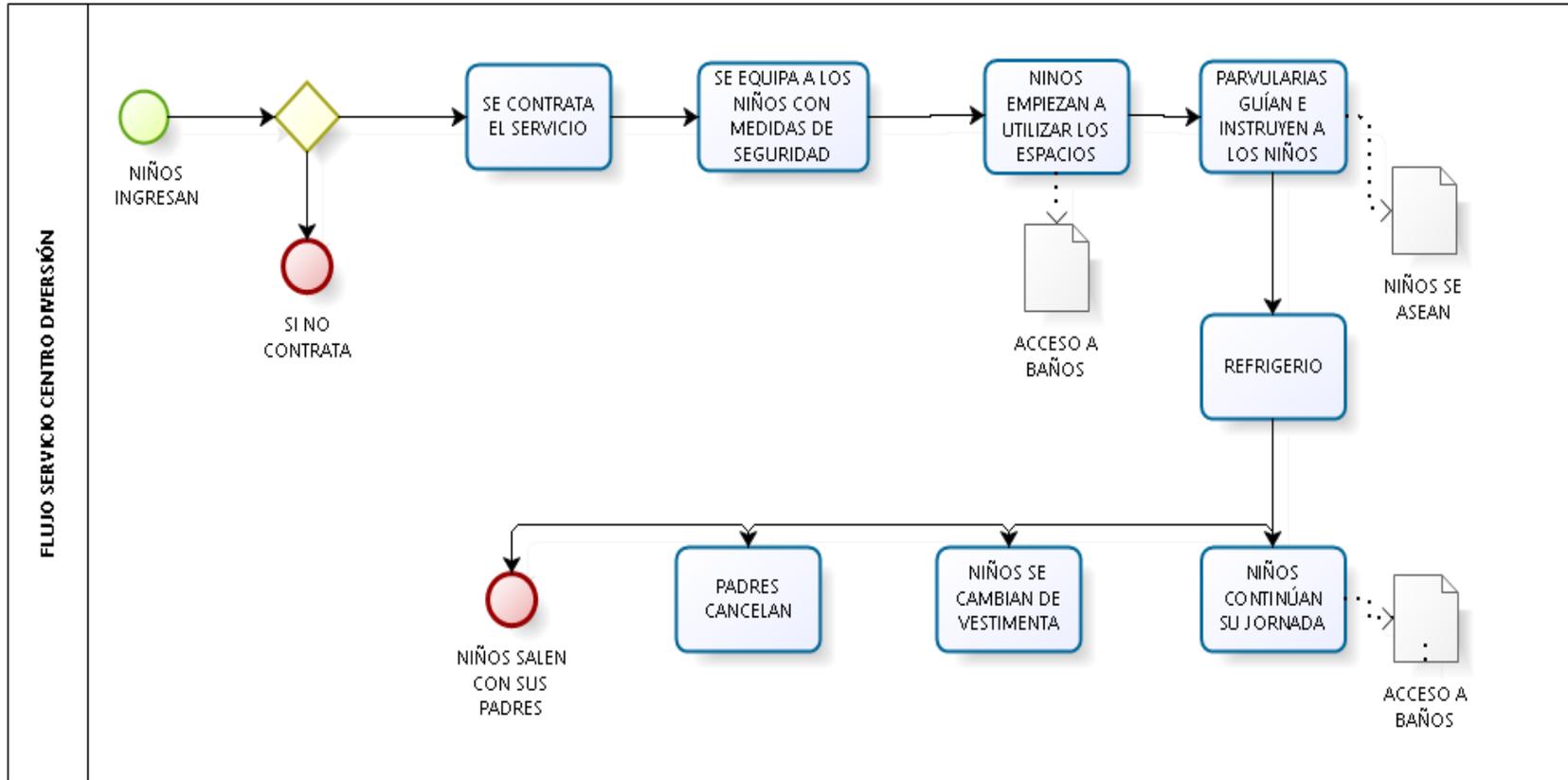


Figura 14 *Flujograma de procesos*

## **5.5. Estimación de la Inversión requerida**

La inversión inicial para el desarrollo de este proyecto comprende básicamente la inversión inicial constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo.

### **- Inversión fija**

La inversión fija se relaciona directamente con los activos necesarios para cubrir las actividades administrativas y operativas del Centro.

### **- Inversión preoperativa**

Actividades Pre-operativas: Son todas aquellas que se realizan antes de la puesta en marcha del proyecto, como son estudios y proyectos, constitución de la empresa en su caso, inversiones, compra de maquinaria, construcción de instalaciones, capacitación del personal especializado, entre otros.

### **- Capital de trabajo inicial**

El capital de trabajo está representado por el capital adicional necesario para funcionar una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera prestación de servicios mientras se perciben ingresos comprende pago de sueldos y salarios, pago de servicios, gastos administrativos entre otros.

## **5.6. Determinación de la estructura de la empresa y requerimiento del personal.**

Para que el Centro de Diversión Infantil PEKEVENTURA inicie sus operaciones, se legalizará en la Superintendencia de Compañías de Loja como una compañía de Responsabilidad Limitada cuya denominación será PEKEVENTURA Cía. Ltda., con un capital social de \$400,00 dólares de los Estados Unidos, se registrará por las Ley de Superintendencia de Compañías y su estatuto, cuyo objeto será la prestación de servicios de diversión y desarrollo integral de niños y niñas.

**Misión:**

PEKEVENTURA S.A ofrece diversión y desarrollo integral de niños y niñas.

**Visión:**

Llegar a ser un centro innovador, creativo y alternativo para el entretenimiento de niños y niñas en la Ciudad de Loja, para el 2025.

**Principios:**

- Compromiso: con el cuidado y seguridad de los niños y niñas
- Responsabilidad
- Empatía
- Asertividad
- Solidaridad
- Honestidad
- Transparencia
- Creatividad
- Innovación
- Amor por la naturaleza
- Compañerismo
- Inclusión

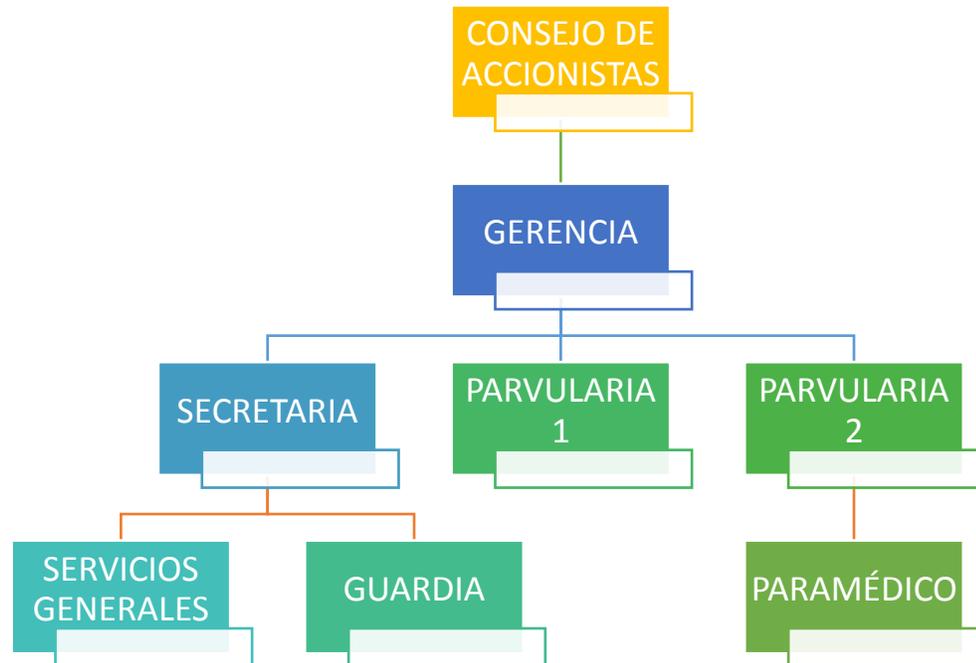
**Requisitos legales asociados al servicio**

- Constitución de la compañía ante la superintendencia de compañías
- Permiso y patente municipal
- Registro marca en la SENADI

**Requisitos tributarios**

- Obtención de Registro Único de Contribuyentes

### 5.6.1. Estructura Organizacional



**Figura 15** Organigrama del Centro de Diversión Infantil Pekeventura

La estructura de la empresa es la siguiente:

#### **Consejo de Accionistas**

- Conformada por el Presidente y Vicepresidente
- Establecer las políticas de la empresa
- Elegir y supervisar al gerente

#### **Gerente General**

- Representar legalmente a la empresa
- Diseñar objetivos y estrategias
- Administración eficiente de recursos

### **Secretaria/ Contabilidad**

- Recepción y atención clientes
- Llevar la contabilidad de la empresa
- Elaborar los estados de resultados
- Llevará el control y cumplimiento de las obligaciones tributarias con las entidades de control
- Emitirá los reportes a gerencia.

### **Parvularia**

- Desarrollar las diferentes actividades designadas por el jefe de operaciones
- Guía y enseñanza a los participantes.

### **Paramédico**

- Encargado de vigilar la seguridad y orden en función de el Plan de Riesgo a diseñarse
- Brindar primeros auxilios, asistencia inmediata en temas de salud y bienestar dentro del Centro.
- Dotar de la implementación de seguridad específica requerida a los niños y cuidar de su buen mantenimiento.

### **Servicios generales**

- Limpieza, seguridad del centro

### **Guardia**

- Brinda la seguridad externa e interna en función de las políticas de seguridad de bienes y personas.
- Apoyar en el mantenimiento del orden y cuidados de bienes
- Vigilar que los bienes de los visitantes se encuentren a buen recaudo y seguridad.
- Brindar apoyo requerido específico.

## 5.7. Estudio Financiero

### 5.7.1. Inversión Inicial

La inversión inicial se refiere a la utilización de un capital para realizar una actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo y obtener un beneficio económico. La inversión inicial para el desarrollo de este proyecto está constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para poner en funcionamiento el Centro de Diversión Integral y el capital de trabajo.

**Tabla 14**

#### *Resumen Inversión Inicial*

Inversión	Valor total
Activos fijos	
Muebles y enseres	6.280,00
Equipos de oficina	250,00
Equipos de cómputo	4.000,00
Equipos y materiales	8.927,00
Total activos fijos	19.457,00
Activos diferidos	
Activos diferidos	1.700,00
Total activos diferidos	1.700,00
Capital de trabajo	
Capital de trabajo	5.249,83
Total capital de trabajo	5.249,83
Total inversiones	26.406,83

Nota: Inversión cuantificada según estudio financiero

*Encuesta Estudio de Mercado – Estudio Técnico*

### 5.7.2. Activos fijos

Los activos fijos constituyen aquellos bienes permanentes exclusivos que el Centro de Diversión Integral utilizará sin restricciones para la prestación del servicio.

Dentro de los activos fijos se encuentran los activos fijos tangibles los que a su vez pueden ser depreciables, no depreciables y agotables.

La inversión en activos fijos, se basa principalmente en la adquisición de equipos, materiales y herramientas, equipos de oficina, muebles y enseres para la puesta en marcha del proyecto. Además, se incluye el costo de las adecuaciones a realizarse dentro de la planta.

La cuantificación de los montos de los bienes tangibles del proyecto, se respaldan en los correspondientes presupuestos parciales:

### **Equipos, materiales y herramientas**

Constituye los diversos elementos a utilizarse en la adecuación e instalación de las áreas que comprende el Centro de Diversión Integral para el desarrollo y prestación adecuada del servicio. Se detalla a continuación:

**Tabla 15**

*Equipos, materiales y herramientas*

<b>Equipos , materiales y herramientas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
Colchonetas	10	120,00	1.200,00
Juegos inflables	4	160,00	640,00
Saltaín inflable	1	550,00	550,00
Balones	10	15,00	150,00
Balones pequeños	1	500,00	250,00
Piscina para balones	2	450,00	900,00
Globos saltarines	10	20,00	200,00
Rodaderas	1	345,00	345,00
Espejos	4	45,00	180,00
Trípodes	4	60,00	240,00
Instrumentos musicales	1	500,00	500,00
Balanza digital	2	116,00	232,00
Microscopio	1	250,00	250,00

<b>Equipos , materiales y herramientas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
Pizarra	3	120,00	360,00
Caja de herramientas	1	150,00	150,00
Multímetros	2	45,00	90,00
Voltímetros	4	35,00	140,00
Osciloscopios	1	375,00	375,00
Cámaras de visión	3	60,00	180,00
Kits robótica	2	320,00	640,00
Refrigerador	1	800,00	800,00
Microondas	1	300,00	300,00
Juego de vajilla	1	120,00	120,00
Dispensador de agua	3	45,00	135,00
<b>Total Equipos, materiales y herramientas</b>			<b>8.927,00</b>

*Encuesta Estudio de Mercado – Estudio Técnico*

### **Equipos de oficina**

Constituye los diversos instrumentos a utilizarse en las diferentes áreas del Centro de Diversión Integral, se detalla en la tabla siguiente:

**Tabla 16**

*Equipos de oficina*

<b>Equipos de oficina</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
Teléfono	1	60,00	60,00
Línea Telefónica	1	70,00	70,00
Otros equipos de oficina	1	120,00	120,00
<b>Total equipos de oficina</b>			<b>250,00</b>

*Encuesta Estudio de Mercado – Estudio Técnico*

### **Equipo de computación**

Constituyen elementos indispensables para realizar las tareas administrativas en la empresa y la operatividad en algunas áreas del Centro.

**Tabla 17***Equipos de computación*

<b>Equipos de cómputo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
Computadora	4	800,00	3.200,00
Impresora	1	350,00	350,00
Programas diseño	1	250,00	250,00
Parlante	1	200,00	200,00
<b>Total equipos de cómputo</b>			<b>4.000,00</b>

*Encuesta Estudio de Mercado – Estudio Técnico*

**Muebles y enseres**

Para lograr un desarrollo eficaz de la diversidad de tareas que realiza el Centro de Diversión Integral, es fundamental que se le dote a la empresa de muebles y enseres necesarios para la realización sus actividades tanto administrativas como operativas.

**Tabla 18***Muebles y enseres*

<b>Muebles y enseres</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Subtotal</b>
Escritorio	2	250,00	500,00
Silla giratoria	2	90,00	180,00
Estante	4	120,00	480,00
Sillas espera	10	15,00	150,00
Archivador	1	200,00	200,00
Sillas plásticas	20	45,00	900,00
Casilleros	2	220,00	440,00
Mesas madera pequeña	10	80,00	800,00
Sillas madera pequeña	20	35,00	700,00
Alfombra	4	120,00	480,00
Taburetes	20	65,00	1.300,00
Mesa de trabajo	1	150,00	150,00
<b>Total muebles y enseres</b>			<b>6.280,00</b>

*Encuesta Estudio de Mercado – Estudio Técnico*

### 5.7.3. Activos diferidos

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen permisos de funcionamiento, adecuación del local, registro de marca entre otros.

**Tabla 19**

#### *Activos diferidos*

<b>Activos diferidos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Subtotal</b>
Permiso municipal	1	200,00	200,00
Adecuación del local	1	1.500,00	1.500,00
<b>Total activos diferidos</b>			<b>1.700,00</b>

*Encuesta Estudio de Mercado – Estudio Técnico*

### 5.7.4. Capital de trabajo inicial

El capital de trabajo está representado por el capital adicional necesario para el funcionamiento de una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la dotación a la empresa de todos los componentes que hagan posible la prestación de servicios durante un periodo de tiempo establecido mientras se perciben ingresos comprende compra de insumos, pago de sueldos y salarios, pago de servicios, gastos administrativos, publicidad entre otros. Para este proyecto se hace la estimación de gasto de Capital de Trabajo aproximadamente para 2 meses de Costos Fijos (Gastos Administrativos), tomando como valor USD\$ 5.249,83; estimando que a partir del tercer mes, ya se podrán tener ingresos estabilizados por el servicio.

**Tabla 20**

#### *Capital de trabajo*

<b>Capital de trabajo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Subtotal</b>
Gasto administrativo para 2 meses	1	5.249,83
<b>Capital de trabajo</b>		<b>5.249,83</b>

*Encuesta Estudio de Mercado – Estudio Técnico*

## 5.8. Presupuestos de ingresos y costos

En la elaboración de estos presupuestos se tiene en cuenta la información recolectada en los estudios de mercado, estudio técnico y organizacional ya que unos originan ingresos y otros los gastos e inversiones.

### 5.8.1. Ingresos

Es la determinación de la cantidad servicios que la empresa desea vender y que el consumidor o usuario estaría en capacidad de adquirir a un precio determinado. Se obtiene de multiplicar la cantidad de servicios prestados por el precio de venta, esto se hace para cada período de tiempo (mes, trimestre, año). En el presente proyecto se considera el precio de mercado.

**Tabla 21**

*Capital de trabajo*

<b>Ingreso por servicios</b>	
Demanda estimada	27,00
Horas (4 horas)	4,00
Precio del servicio	10,00
Ingreso diario	270,00
Días servicio mensual	28,00
Ingreso estimado mensual	7.560,00
<b>Ingreso estimado anual</b>	<b>90.720,00</b>
<b>Otros ingresos</b>	
<b>Ingresos por snack</b>	
Niños atendidos	27,00
Promedio venta snack	1,50
Ingreso por snack diario	40,50
Días servicio mensual	28,00
Ingreso por snack mensual	1.134,00
<b>Ingreso estimado anual</b>	<b>13.608,00</b>
<b>Ingreso total mensual</b>	<b>8.694,00</b>
<b>Ingreso total anual</b>	<b>104.328,00</b>

*Encuesta Estudio de Mercado – Estudio Técnico*

### 5.8.2. Análisis de costos

Los costos de operación se obtienen de la sumatoria de la mano de obra, insumos y costos indirectos incurridos en la prestación de los servicios.

#### Depreciaciones y amortizaciones

Se incluye las depreciaciones contables de los activos que se deprecian o pierden valor en el transcurso de un periodo de tiempo debido a su desgaste natural.

La amortización es la distribución de un gasto o inversión en un determinado periodo de tiempo.

**Tabla 22**

#### *Depreciaciones y amortizaciones*

Depreciaciones	Valor	Vida útil	% depreciación	Depreciación anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor residual
Equipos y materiales	8.927,00	10	10%	892,70	892,70	892,70	892,70	892,70	4.463,50
Equipos de oficina	250,00	11	9%	22,73	22,73	22,73	22,73	22,73	136,36
Equipos de cómputo	4.000,00	3	33%	1.333,33	1.333,33	1.333,33	1.333,33	1.333,33	2.666,67
Muebles y enseres	6.280,00	10	10%	628,00	628,00	628,00	628,00	628,00	3.140,00
<b>Total depreciaciones</b>				<b>2.876,76</b>	<b>2.876,76</b>	<b>2.876,76</b>	<b>2.876,76</b>	<b>2.876,76</b>	<b>10.406,53</b>
Amortización de diferidos	1.700,00	5	20%	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	0,00

*Encuesta Estudio de Mercado – Estudio Técnico*

### **Costos Fijos**

Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de operatividad. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en la prestación del servicio.

### **Costos Administrativos y financieros**

Los costos administrativos se diferencian de los de operación porque no forman parte del proceso; están conformados por la sumatoria de gastos de alquiler, proceso de contabilidad, trámites legales, impuestos, servicios públicos, gastos de sueldos de gerente, secretaria, entre otros.

**Arriendo:** Se requiere rentar el espacio físico para establecer la empresa para lo cual se ha provisto de un local de arriendo.

**Remuneraciones:** Corresponde a las remuneraciones del personal administrativo, es decir los empleados que están vinculados indirectamente con la empresa, pero que son fundamentales para el funcionamiento de la misma. En este caso se requiere de un gerente, secretaria contadora, parvulario, servicios generales a estos dos serán remunerados mensualmente. Y un asesor jurídico que se pagará por servicios profesionales.

**Servicios básicos:** Se necesita contar con servicios básicos tales como energía eléctrica, servicio telefónico, servicio de internet y agua potable.

**Útiles de Oficina:** Los útiles de oficina corresponden a los recursos didácticos, que se requieren para llevar a cabo las actividades administrativas.

**Útiles de limpieza:** Son los recursos necesarios que se van a utilizar para mantener limpia el área de trabajo de la empresa.

A continuación se detalla el presupuesto correspondiente:

**Tabla 23**

*Gastos administrativos*

<b>Gastos Administrativos</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo año 1</b>	<b>Costo año 2</b>	<b>Costo año 3</b>	<b>Costo año 4</b>	<b>Costo año 5</b>
Arriendo local	1.200,00	14.400,0	14.544,0	14.689,4	14.836,3	14.984,7
Servicios básicos	80,00	960,0	969,6	979,3	989,1	999,0
Internet	55,00	660,0	666,6	673,3	680,0	686,8
Mantenimiento de equipos	100,00	1.200,0	1.212,0	1.224,1	1.236,4	1.248,7
Suministros de oficina	15,00	180,0	181,8	183,6	185,5	187,3
Suministros de aseo	20,00	240,0	242,4	244,8	247,3	249,7
Depreciaciones Amortizaciones		2.876,8	2.876,8	2.876,8	2.876,8	2.876,8
<b>Total gastos administrativos</b>		<b>20.516,8</b>	<b>20.693,2</b>	<b>20.871,3</b>	<b>21.051,3</b>	<b>21.233,0</b>
<b>Gastos financieros</b>						
Seguro crédito		1.106,0	715,8	267,3		
Pago interés crédito		2.580,6	1.670,1	623,7		
Pago capital crédito		6.096,5	7.007,0	8.053,5		
<b>Total gastos financieros</b>		<b>9.783,1</b>	<b>9.392,9</b>	<b>8.944,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>

*Encuesta Estudio de Mercado – Estudio Técnico*

**Costos de comercialización**

Los costos de comercialización son los requeridos para dar a conocer los servicios del Centro de Diversión Integral incluye publicidad y promoción.

**Publicidad:** Es el medio de comunicación entre la empresa y los clientes; en nuestro caso se utilizará hojas volantes, redes sociales el presupuesto mensual se detalla a continuación:

**Tabla 24***Gastos de comercialización*

<b>Gastos de ventas</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Año 1</b>	<b>Costo Año 2</b>	<b>Costo Año 3</b>	<b>Costo Año 4</b>	<b>Costo Año 5</b>
Promoción y publicidad	100,00	1.200,0	1.212,0	1.224,1	1.236,4	1.248,7
<b>Total</b>	<b>100,00</b>	<b>1.200,0</b>	<b>1.212,0</b>	<b>1.224,1</b>	<b>1.236,4</b>	<b>1.248,7</b>

*Encuesta Estudio de Mercado – Estudio Técnico***Costos Variables**

Los costos variables están relacionados con la prestación de servicios, por lo que estos pueden incrementar o disminuir, en el caso del Centro de Diversión Integral se considera del total de ingresos el 40% como valor de costo variable.

**Tabla 25***Costos variables*

<b>Costo variable</b>	<b>Ingreso</b>	<b>% Costo variable</b>	<b>Valor</b>
Ingresos estimado anual	8.694,0	40%	5.443,20
<b>Total</b>			<b>5.443,20</b>

*Encuesta Estudio de Mercado – Estudio Técnico***5.9. Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos

que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio con la siguiente información:

### PUNTO DE EQUILIBRIO

Costos Fijos Anuales	31.499,89	CF
Costos Variables Anuales	5.443,20	CV
Ingreso Anual	104.328,00	V

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

$$PE = \frac{31.499,89}{1 - \frac{5.443,20}{104.328,00}}$$

$$PE = \frac{31.499,89}{1 - 0,052}$$

$$PE = \frac{31.499,89}{0,95}$$

PE = 33.233,83	ANUAL
PE = 2.769,49	MENSUAL
PE = 98,91	DIARIO
PE = 9,89	POR USUARIOS

## 5.10. Presupuesto proyectado

El presupuesto proyectado para el horizonte o vida útil del proyecto se lo realiza de la siguiente forma:

**Tabla 26**

*Ingresos proyectados*

<b>Ingresos proyectados</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos por venta del servicio	90.720	95.256	100.019	105.020	110.271
Ingreso por venta snack	13.608	14.288	15.003	15.753	16.541
					5.250
<b>Total por año</b>	<b>104.328</b>	<b>109.544</b>	<b>115.022</b>	<b>120.773</b>	<b>132.061</b>
<b>Porcentaje de crecimiento</b>	<b>5,00%</b>				

*Encuesta Estudio de Mercado – Estudio Técnico*

La proyección del 5% considera, la inflación del 1%; y, 4% relacionado con las acciones promocionales y la captación de demanda por cada año del horizonte del proyecto.

**Tabla 27**

*Costos proyectados*

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Gastos en personal administrativo	51.866	57.586	58.162	58.744	59.331
Gastos administrativos fijos	31.500	31.298	31.040	22.288	22.482
Gasto variable	5.443	5.715	5.715	5.715	5.715
Reposición equipos de cómputo	-	-	-	4.000	-
Pago capital crédito	6.097	7.007	8.053	-	-
Pago interés crédito	2.581	1.670	624	-	-
Pago seguro crédito	1.106	716	267	-	-
<b>EGRESOS</b>	<b>98.592</b>	<b>103.992</b>	<b>103.862</b>	<b>90.747</b>	<b>87.528</b>

*Encuesta Estudio de Mercado – Estudio Técnico*

Los costos proyectados se realizaron considerando el 1% de crecimiento por inflación, y un 5% de crecimiento de los costos variables.

### 5.11. Estado de Resultados

A continuación, se presenta el registro contable del proyecto, cuyo objetivo es registrar la utilidad que ofrece al inversionista como resultado de la operación de la empresa:

#### Centro de Diversión Infantil Estado de Resultados

#### Ingresos

#### Ingresos operativos

Ventas	104.328,00
--------	------------

Costo de ventas	5.443,20
-----------------	----------

<b>Ventas netas</b>	<b>98.884,80</b>
---------------------	------------------

#### Gastos

Mano de obra directa	51.866,10
----------------------	-----------

Gastos administrativos	20.516,76
------------------------	-----------

Gastos financieros	9.783,13
--------------------	----------

Gastos de ventas	1.200,00
------------------	----------

Utilidad antes de impuestos	15.518,81
-----------------------------	-----------

15% participación trabajadores	2.327,82
--------------------------------	----------

25% impuesto a la renta	3.879,70
-------------------------	----------

<b>Utilidad esperada</b>	<b>9.311,29</b>
--------------------------	-----------------

#### Estado de Resultados Proyectado

Con el análisis realizado, se proyecta el Estado de Resultados que permite identificar la sostenibilidad del proyecto, en función del Resultado Económico.

**CENTRO DE DIVERSION INFANTIL**  
**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO**

**INGRESOS**

**INGRESOS OPERATIVOS**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	104.328	109.544	115.022	120.773	132.061
Costo de ventas	5.443	5.715	5.715	5.715	5.715
<b>Ventas netas</b>	<b>98.885</b>	<b>103.829</b>	<b>109.306</b>	<b>115.057</b>	<b>126.346</b>
Gastos					
Mano de obra directa	51.866	57.586	58.162	58.744	59.331
Gastos administrativos	20.517	30.086	29.816	21.051	21.233
Gastos financieros	9.783	2.386	891	0	0
Gastos de ventas	1.200	1.212	1.224	1.236	1.249
Utilidad antes de impuestos	15.519	12.559	19.213	34.026	44.533
15% participación trabajadores	2.328	1.884	2.882	5.104	6.680
25% impuesto a la renta	3.880	3.140	4.803	8.507	11.133
<b>UTILIDAD ESPERADA</b>	<b>9.311</b>	<b>7.535</b>	<b>11.528</b>	<b>20.416</b>	<b>26.720</b>

**5.12. Flujo de caja**

El flujo de caja representa los ingresos y egresos de dinero que se dan durante el proceso de prestación de servicio y en el tiempo.

**Tabla 28***Flujo de caja*

<b>EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO "CENTRO DE DIVERSIÓN INFANTIL"</b>					
<b>FLUJO DE CAJA</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ingresos operativos					
<b>Ingresos por venta del servicio</b>	90.720	95.256	100.019	105.020	110.271
<b>Ingreso por venta snak's</b>	13.608	14.288	15.003	15.753	16.541
<b>Recuperación capital de trabajo</b>					5.250
Total ingresos operativos	<b>104.328</b>	<b>109.544</b>	<b>115.022</b>	<b>120.773</b>	<b>132.061</b>
Ingresos por financiamiento					
<b>Crédito bancario</b>	21.157				
<b>Recursos propios</b>	5.250				
Total ingresos	<b>26.407</b>	-	-	-	-
Egresos					
	1	2	3	4	5
<b>Gastos en personal administrativo</b>	51.866	57.586	58.162	58.744	59.331
<b>Gastos administrativos fijos</b>	31.500	31.298	31.040	22.288	22.482
<b>Gasto variable</b>	5.443	5.715	5.715	5.715	5.715
<b>Reposición equipos de cómputo</b>	-	-	-	4.000	-
	6.097	7.007	8.053	-	-
<b>Pago interés crédito</b>	2.581	1.670	624	-	-
<b>Pago seguro crédito</b>	1.106	716	267	-	-
Total egresos	<b>98.592</b>	<b>103.992</b>	<b>103.862</b>	<b>90.747</b>	<b>87.528</b>
<b>Utilidad</b>	5.736	5.552	11.160	30.026	44.533
<b>Menos depreciación</b>	2.877	2.877	2.877	2.877	2.877
<b>= Flujo operativo</b>	2.859	2.675	8.283	27.149	41.656
<b>- Impuesto a la renta</b>	715	669	2.071	6.787	10.414
<b>= Flujo menos impuesto</b>	2.144	2.006	6.212	20.362	31.242
<b>- Participación trabajadores</b>	322	301	932	3.054	4.686
<b>= Utilidad neta</b>	1.823	1.705	5.281	17.308	26.556
<b>Más depreciación</b>	2.877	2.877	2.877	2.877	2.877
<b>Más valor residual</b>					10.407
<b>= FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>(26.407)</b>	<b>4.699</b>	<b>4.582</b>	<b>8.157</b>	<b>39.839</b>

### 5.13. Indicadores Financieros

**Valor Actual Neto VAN:** consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto.

**Tasa interna de retorno TIR:** considera el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante los cinco años de vida útil del proyecto. La TIR es aquella tasa que igual al valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

**Relación beneficio costo B/C:** Este indicador se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido en el proyecto.

**Período de recuperación del capital PRC:** Es el tiempo en que tarda en recuperarse la inversión del proyecto, para ello es necesario determinar el costo de capital promedio ponderado.

Partiendo del flujo de caja y las inversiones, se realizó los siguientes cálculos: VAN, TIR, R B/C.

<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	<b>\$ 14.446,06</b>
<b>TIR =</b>	<b>31,89%</b>
<b>C/B</b>	<b>1,17</b>

- El VAN, para el proyecto es de \$ 14.446,06 lo que significa que el proyecto es viable.
- La TIR es del 31,89 % mayor al costo promedio ponderado de capital que es del 17.40 %, por lo tanto, se concluye que el proyecto es rentable.
- La relación beneficio se obtiene de dividir todos los ingresos actualizados para los costos actualizados, lo que dio como resultado un índice de 1,17 lo que indica que el proyecto ofrece viabilidad ya que la política financiera establece que un índice superior a 1 es aceptable. Lo que revela que por cada dólar invertido se ganará 9 centavos.

- El PRI es de 3 años 5 meses aproximadamente, lo que es importante ya que el proyecto se recuperará dentro del horizonte del proyecto.

#### 5.14. Plan de financiamiento

La decisión acerca de llevar a cabo o no el negocio es la primera que debe tomar el emprendedor. Si en la evaluación resultado es conveniente, surge una segunda decisión: su financiamiento.

La decisión de financiar el proyecto significa determinar de qué fuentes se obtendrán los fondos para cubrir la inversión inicial. La decisión de endeudarse en un crédito afectará el flujo de caja, que tendrá que ser recalculado.

La decisión radica en establecer si lo más conveniente es financiar el proyecto con fondos propios o con fondos de terceros (institución financiera).

El financiamiento para el presente proyecto se dará de la siguiente manera:

**Tabla 29**

*Plan de financiamiento*

<b>Costo de Capital</b>	<b>Monto de inversión</b>	<b>Proporción</b>	<b>Costo Capital</b>	<b>Costo ponderado</b>
Inversión Propia	5.249,83	19,88%	15,00%	2,98%
Financiamiento externo	21.157,00	80,12%	18,00%	14,42%
<b>Costo Promedio Ponderado De Capital (t)</b>	26.406,83			<b>17,40%</b>

*Elaboración propia*

La tasa de capital de Inversión Propia, representa el Costo de Oportunidad del Inversionista y que considera variables como:

- Inflación (INEC, 2021): Promedio del periodo 2012 – 2021 = 1,07%
- Tasa Pasiva Referencial Inversiones a 360 días, octubre 2021 = 6,06%
- Riesgo Estimado: 799 puntos (cada 100 punto significa 1%) = 7,99%

La suma de estas variables llega al 15,01%, tomando el valor de 15% como Costo de Capital de la Inversión propia.

### 5.15. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad se lo realiza con la finalidad de conocer hasta qué punto el proyecto puede soportar cambios económicos, principalmente en los ingresos y en los costos; puesto que se desconoce las situaciones económicas que podrían ocurrir en el futuro.

Para el análisis de sensibilidad se asume dos escenarios:

#### *Análisis de sensibilidad por incremento de los costos*

**Tabla 30**

*Análisis de sensibilidad por incremento de Costos*

<b>FLUJO DE CAJA SENSIBILIDAD COSTOS</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ingresos operativos					
<b>Ingresos por venta del servicio</b>	90.720	95.256	100.019	105.020	110.271
<b>Ingreso por venta snak's</b>	13.608	14.288	15.003	15.753	16.541
<b>Recuperación capital de trabajo</b>					5.250
<b>Total ingresos operativos</b>	<b>104.328</b>	<b>109.544</b>	<b>115.022</b>	<b>120.773</b>	<b>132.061</b>
Ingresos por financiamiento					
<b>Crédito bancario</b>	21.157				
<b>Recursos propios</b>	5.250				
<b>Total ingresos</b>	<b>26.407</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Egresos					
<b>Gastos en personal administrativo</b>	55.860	62.020	62.640	63.267	63.900

<b>Gastos administrativos fijos</b>	33.925	33.708	33.430	24.004	24.213
<b>Gasto variable</b>	5.862	6.155	6.155	6.155	6.155
<b>Reposición equipos de cómputo</b>	0	0	0	4.000	0
<b>Pago capital de crédito</b>	6.097	7.007	8.053	0	0
<b>Pago interés crédito</b>	2.581	1.670	624	0	0
<b>Pago seguro crédito</b>	1.106	716	267	0	0
<b>Total egresos</b>	<b>105.431</b>	<b>111.277</b>	<b>111.170</b>	<b>97.426</b>	<b>94.268</b>
<b>Utilidad</b>	-1.103	-1.732	3.851	23.347	37.793
<b>Menos depreciación</b>	2.877	2.877	2.877	2.877	2.877
<b>= Flujo operativo</b>	-3.979	-4.609	975	20.470	34.917
<b>- Impuesto a la renta</b>			244	5.117	8.729
<b>= Flujo menos impuesto</b>	-3.979	-4.609	731	15.352	26.187
<b>- Participación trabajadores</b>			110	2.303	3.928
<b>= Utilidad neta</b>	-3.979	-4.609	621	13.050	22.259
<b>Más depreciación</b>	2.877	2.877	2.877	2.877	2.877
<b>Más valor residual</b>					10.407
<b>= FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>-26.407</b>	<b>-1.103</b>	<b>-1.732</b>	<b>3.498</b>	<b>15.926</b>
				<b>15.926</b>	<b>35.543</b>

Este resultado indica que el proyecto se puede incrementar como máximo en un 6,79 % sus costos.

VAN =	<b>\$22,03</b>
TIR <sub>e</sub> =	17,42%
C/B	1,10

La variación de la Tasa de Descuento aplicada para el cálculo de Sensibilidad a una variación de los costos, permite identificar que el proyecto es sensible a una variación de hasta 6,79% de aumento de los costos asociados al servicio, ya que a partir de un porcentaje mayor los indicadores de VAN se vuelven negativos.

*Análisis de sensibilidad disminución de Ingresos*

**Tabla 31**

*Análisis de sensibilidad disminución de Ingresos*

<b>FLUJO DE CAJA SENSIBILIDAD INGRESOS</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>AÑOS</b>					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
Ingresos operativos						
<b>Ingresos por venta del servicio</b>	85.050	89.303	93.768	98.456	103.379	
<b>Ingreso por venta snak's</b>	13.608	14.288	15.003	15.753	16.541	
<b>Recuperación capital de trabajo</b>					5.250	
<b>Total ingresos operativos</b>	<b>98.658</b>	<b>103.591</b>	<b>108.770</b>	<b>114.209</b>	<b>125.169</b>	
Ingresos por financiamiento						
<b>Crédito bancario</b>	21.157					
<b>Recursos propios</b>	5.250					
<b>Total ingresos</b>	<b>26.407</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
Egresos						
<b>Gastos en personal administrativo</b>	51.866	57.586	58.162	58.744	59.331	
<b>Gastos administrativos fijos</b>	31.500	31.298	31.040	22.288	22.482	
<b>Gasto variable</b>	5.443	5.715	5.715	5.715	5.715	
<b>Reposición equipos de cómputo</b>	0	0	0	4.000	0	

<b>Pago capital de crédito</b>	6.097	7.007	8.053	0	0
<b>Pago interés crédito</b>	2.581	1.670	624	0	0
<b>Pago seguro crédito</b>	1.106	716	267	0	0
<b>Total egresos</b>	<b>98.592</b>	<b>103.992</b>	<b>103.862</b>	<b>90.747</b>	<b>87.528</b>
<b>Utilidad</b>	66	-402	4.909	23.462	37.641
<b>Menos depreciación</b>	2.877	2.877	2.877	2.877	2.877
<b>= Flujo operativo</b>	-2.811	-3.278	2.032	20.586	34.764
<b>- Impuesto a la renta</b>			508	5.146	8.691
<b>= Flujo menos impuesto</b>	-2.811	-3.278	1.524	15.439	26.073
<b>- Participación trabajadores</b>			229	2.316	3.911
<b>= Utilidad neta</b>	-2.811	-3.278	1.295	13.123	22.162
<b>Más depreciación</b>	2.877	2.877	2.877	2.877	2.877
<b>Más valor residual</b>					10.407
<b>= FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>(26.407)</b>	<b>66</b>	<b>-402</b>	<b>4.172</b>	<b>16.000</b>
				<b>35.446</b>	

El resultado indica que el proyecto puede disminuir en un 6,34 % como mínimo sus ingresos.

VAN =	<b>-21,46</b>
TIRe =	17,42%
C/B	1,10

La variación de la Tasa de Descuento aplicada para el cálculo de Sensibilidad a una variación de los costos, permite identificar que el proyecto es sensible a una variación de hasta 6,34% de disminución de los ingresos por la prestación del servicio, ya que a partir de un porcentaje mayor los indicadores de VAN se vuelven negativos.

## CONCLUSIONES

Después de haber realizado los estudios relacionados a la elaboración del proyecto de factibilidad para la creación de un Centro de Diversión Integral Infantil en la ciudad de Loja se concluye.

- Es factible la implementación de la empresa, así lo establece los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero, permitiendo una recuperación de la inversión con aceptables márgenes de utilidad.
- La empresa se constituirá legalmente como Compañía de Responsabilidad Limitada
- Según el estudio de mercado, existe una demanda insatisfecha entre el mercado objetivo para el uso de tiempo libre de los niños y para el propio Centro de Diversión Infantil, demanda que permitió el estudio financiero.
- Dentro del Estudio Técnico no se han encontrado limitaciones para la implementación de equipos y de acceso a la infraestructura y tecnologías requeridas para el montaje del Centro.
- El total de la inversión para poner en marcha la empresa es de \$ 26.406,83
- El proyecto es rentable como lo ratifican los indicadores financieros VAN positivo de \$ 14.446,06, y una TIR 31,89%, la recuperación del capital se la realiza en el tercer año de actividades.
- El impacto social del proyecto se concentrará en los efectos redistributivos, reguladores y multiplicadores, como en la generación de empleo y fortalecimiento de la empresa lojana.

## **RECOMENDACIONES**

Una vez establecidas las conclusiones de la investigación; y una vez realizados los análisis de los componentes del proyecto de Pre inversión, se establecen las siguientes recomendaciones:

- Realizar la inversión para la implementación del Centro de Diversión Infantil en la ciudad de Loja, por los resultados financieros del análisis, que muestran indicadores financieros privados positivos.
- Implementar el Centro de Diversión Infantil con los equipos y materiales evaluados para no afectar los resultados financieros, por la alta sensibilidad que se determinó.

## Referencias bibliográficas

- Baca, U. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: McGrawHill.
- Bonta, P., & Farber, M. (1994). *Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Bogotá: Norma S.A.
- Briton, L. (2000). *Jugar y aprender con el método Montessori*. Barcelona: Paidós.
- Córdoba, M. (2006). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Colombia: ECOE.
- Creative Commons 3.0. (2021). *www.marketing4ecommerce.mx*. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.mx/como-promover-tu-negocio-y-vender/>
- Diccionario de Marketing, de Cultural S.A.* (s.f.).
- Escudero, M. (2011). *Gestión Comercial y servicio de atención al cliente*. Madrid: Carmen Lara Carmona.
- Estolano, Berumen, Castillo, & Mendoza. (Junio de 2013). *www.dialnet.unirioja.es*. Obtenido de [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjOqN3Ah8\\_yAhUBKfKfHTzFCSkQFnoECDYQAQ&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4195320.pdf&usg=AOvVaw1dLS8s7k3plXIYFEuUEUL1](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjOqN3Ah8_yAhUBKfKfHTzFCSkQFnoECDYQAQ&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4195320.pdf&usg=AOvVaw1dLS8s7k3plXIYFEuUEUL1)
- Fabricky, W., & Torgensen, P. (1966). *Operations Economy*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Fundación Montessori. (2018). *www.fundacionmontessori.org*. Obtenido de <https://www.fundacionmontessori.org/metodo-montessori.htm>
- Galvez, J. (17 de Julio de 2020). *www.upec.eu.ec*. Obtenido de <https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/sathiri/article/view/935/2271>
- Gesell, A. (1960). *La educación del niño en la cultura moderna*. Buenos Aires: Nova.
- Hernández Samipieri, Fernández Collado, Baptista L, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.

- Hernández, H., & Hernández, V. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México: Thomson.
- Ibañez, L., & Rojas, G. (2017). *www.uniagustiniana.edu.com*. Obtenido de <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/250/IbanezRincon-LinaAndrea-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Juan, L., Ramírez, C., Zuloaga, M., & Ortíz, J. (Junio de 2010). *www.redalyc.org*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/181/18112179017.pdf>
- Kotler, P., & Amstron, G. (2007). *Marketing versión para Latinoamérica*. México: Pearson.
- Kotler, P., & Amstron, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson.
- Lemus, L. (1975). *Administración, dirección y supervisión de escuelas*. Buenos Aires: Kapeluz.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta ed.). México: Pearson Educación.
- MIES. (2021). *www.inclusion.gob.ec*. Obtenido de <https://www.inclusion.gob.ec/11253/>
- Meneses, M., & Monge, M. (02 de Septiembre de 2001). *www.redalyc.org*. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiC6qKv-M7yAhXsEVkFHRpmB3cQFnoECAUQAaw&url=https%3A%2F%2Fwww.redalyc.org%2Fpdf%2F440%2F44025210.pdf&usg=AOvVaw0Ts71IGzIgl1XuZPg0X6vUI>
- Miranda, M. (2009). *Gestión de Proyectos: Identificación, Formulación, Evaluación Financiera - Económica-Social Ambiental*. Colombia: MM Editores.
- Montessori, M. (2013). *El Niño, El Secreto de la Infancia*. México: Diana S.A.
- Pacheco, C., & Pérez, G. (2012). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. México: Instituto de Contadores Públicos A.C.
- Pérez, S., Cruz, D., & Quiroz, L. (s.f). *www.uaeh.edu.mx*. Obtenido de [https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/5508/analisis\\_de\\_sensibilidad.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/5508/analisis_de_sensibilidad.pdf)
- Porter, M. (1997). *Estrategia Competitiva: Técnica para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: CECSA.

- Ramos, C. A. (Julio de 2015). *www.unife.edu.pe*. Obtenido de [http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015\\_1/Carlos\\_Ramos.pdf](http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015_1/Carlos_Ramos.pdf)
- Estolano, Berumen, Castillo, & Mendoza. (Junio de 2013). *www.dialnet.unirioja.es*. Obtenido de [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjOqN3Ah8\\_yAhUBKFKFHTzFCSkQFnoECDYQAQ&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4195320.pdf&usg=AOvVaw1dLS8s7k3plXIYFEuUEUL1](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjOqN3Ah8_yAhUBKFKFHTzFCSkQFnoECDYQAQ&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4195320.pdf&usg=AOvVaw1dLS8s7k3plXIYFEuUEUL1)
- Fundación Montessori. (2020). *www.fundacionmentessori.org*. Obtenido de <https://www.fundacionmentessori.org/metodo-montessori.htm>
- Meneses, M., & Monge, M. (02 de Septiembre de 2001). *www.redalyc.org*. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiC6qKv-M7yAhXsEVkFHRpmB3cQFnoECAUQAw&url=https%3A%2F%2Fwww.redalyc.org%2Fpdf%2F440%2F44025210.pdf&usg=AOvVaw0Ts71IGzIgl1XuZPg0X6vUI>
- Montessori, M. (2013). *El Niño, El Secreto de la Infancia*. México: Diana S.A.
- Sánchez, S. (2013). *www.repositorio.usfq.edu.ec*. Obtenido de [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwi4jZuD\\_M7yAhWyMlkFHaW8DngQFnoECAIQAQ&url=http%3A%2F%2Frepositorio.usfq.edu.ec%2Fbitstream%2F23000%2F3924%2F1%2F113814.pdf&usg=AOvVaw0hdpS7WrdUFZnq3l\\_eDpe4](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwi4jZuD_M7yAhWyMlkFHaW8DngQFnoECAIQAQ&url=http%3A%2F%2Frepositorio.usfq.edu.ec%2Fbitstream%2F23000%2F3924%2F1%2F113814.pdf&usg=AOvVaw0hdpS7WrdUFZnq3l_eDpe4)
- UNESCO. (2010). Conferencia Mundial sobre atención y educación de la primera infancia. (pág. 2). Moscú, Rusia: SITEAL.
- Varela, R. (2010). *Innovación Empresarial*. México: Pearson Interamericana.
- Vásquez M., M. (2003). *Introducción a la economía*. Atlantida.
- Watson, J. B. (1955). *El conductismo*. Buenos Aires: Paidós.

Arboleda V. G, (2008). Proyecto: Formulación, Evaluación y Control; Cuarta Edición; Editorial McGraw Hill; Bogotá, Colombia.

Baca, U. (2010), Evaluación de proyectos, sexta edición, Editorial McGrawHill. México.

Coloma, F. (2009). Evaluación social de proyectos de inversión. Asociación Internacional de Fomento- Bco. Bolivia.

Córdova, Marcial: Formulación y Evaluación de Proyectos, 2006, p.202.

Hernández H. y Hernández V. (2010), formulación y evaluación de proyectos de inversión, Segunda edición, Editorial Thomson Learning. México.

Hill, C., Jones, G. R., & Rodríguez, G. (1996). Administración estratégica: un enfoque integrado. McGraw-Hill. México.

Pacheco, C. y Pérez, G. (2012), El proyecto de inversión como estrategia gerencial, Tercera edición, Editorial Instituto de Contadores Públicos A.C. México.

Kinnear, Thomas. Investigación de mercados: un enfoque aplicado. 5ª ed. 1998. Colombia.

Koch Tovar, J. (2006) Manual del Empresario Exitoso Edición electrónica. 2006.

Hernández, A. (2009). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión; Sexta Edición; Editorial McGraw Hill; México.

Miranda M. J., (2009). Gestión de Proyectos: Identificación, Formulación, Evaluación Financiera-Económica-Social Ambiental; Quinta Edición; MM Editores; Colombia.

Sapag Chain N., Sapag Chain R. Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición Pág. 4, 6, 11

Varela, R.; (2010). Innovación Empresarial; Segunda Edición; Editorial Pearson Interamericana; México D. F.

## ANEXOS

### **Emisión del Registro Único de Contribuyentes (RUC).**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. La emisión del RUC requiere los siguientes requisitos:

Los requisitos tanto para Personas naturales como Personas Jurídicas son:

- Documento de identificación
  - Cédula de identidad, Pasaporte Ecuatoriano, Pasaporte y Visa para extranjeros, Credencial o Certificado de refugiado a extranjeros no residentes.
  - Certificado de votación.
- Documentos de ubicación de domicilio o establecimiento del emprendedor (Cualquiera de ellos, con vigencia de hasta 12 meses atrás)
  - Código CUEN (Código Único Eléctrico Nacional) Este código consta de 10 dígitos y se encuentra registrado en la factura de servicio eléctrico.
  - Factura, planilla, comprobante de pago de agua potable o teléfono.
  - Factura o estados de cuenta de otros servicios
  - Comprobante de pago de impuesto predial o rural
  - Contrato o factura de arrendamiento
  - Estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito
  - Patente Municipal, Permiso de Bomberos
  - Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio
- Existen requisitos específicos según la actividad económica, que por la naturaleza del servicio es probable que le sea solicitado:
- **Guarderías / Centros de Desarrollo Infantil:** Original y copia simple acuerdo Ministerial emitida por el organismo competente: Ministerio de Inclusión Económica y Social.

Para la generación de claves se requiere llenar una solicitud y el acuerdo de confidencialidad en las oficinas del SRI, contar con correo electrónico y celular.

### **Solicitud de la matrícula de comercio**

Demanda dirigida al Juez de lo Civil, solicitando se faculte el interesado(a) ejercer ciertas actividades comerciales, productivas o de servicio con determinadas especificaciones.

### **Pago de la tasa de la matrícula de comercio**

- Certificación de documentos.
- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Certificación de seguridad emitida por el Cuerpo de Bombero.
- Obtención de la patente del comerciante.
- Permiso de funcionamiento o tasa habilitación.

### **Permisos**

Todo negocio sin importar su finalidad debe cumplir con lo que dispone la ley, para que sus operaciones sean reconocidas por las autoridades y especialmente por los clientes. Para su funcionamiento debe cumplir lo siguiente:

- Permiso del Municipio.
- Permiso del Cuerpo de Bombero.
- Certificados Sanitarios.
- Elaboración de facturas.

### **Permiso Municipal**

Este permiso se lo obtiene las oficinas del GAD Municipal de Loja, previo la presentación y cumplimientos de los siguientes requisitos:

- Copia del RUC.
- Copia nombramiento del representante legal.
- Cedula y papeleta de votación del representante legal.
- Planilla de luz.
- Formulario de declaración para obtener la patente.

### **Permiso del Cuerpo de Bomberos**

Se lo obtiene una vez que el personal de dicha institución haya inspeccionado el, local en la cual básicamente se revisa las instalaciones y se asegura que tenga medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

- Copia del RUC.
- Copia nombramiento del representante legal.
- Cedula y papeleta de votación del representante legal.
- Planilla de luz.
- Pago de tasa o permiso, de acuerdo a la actividad económica.

### **Permiso del Ministerio de Inclusión Económica y Social**

Según el MIES (2021), los centros infantiles públicos y privados para obtener su permiso de funcionamiento deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Registro Único de Contribuyentes del representante legal/propietario.
- Cédula de Ciudadanía y certificado de votación del representante legal/propietario o Registro en el Censo en caso de extranjeros.
- Contratos de personal vigente, suscrito y registrado en el Ministerio de Relaciones Laborales de acuerdo a la nómina (originales) (aplica a centros públicos y privados en funcionamiento).
- Documento original del Proyecto Educativo propuesto o en ejecución.
- Perfil del personal actualizado: título profesional o de bachillerato.
- Permiso de funcionamiento vigente emitido por el Cuerpo de Bomberos.

- Plan de contingencia vigente para la gestión del riesgo emitido por la Secretaría de Riesgos.

Es importante indicar que una vez socializados los requisitos a cada uno de los Centros, personal técnico del MIES, visitará a cada uno de las unidades para realizar la respectiva categorización la misma que responde a la siguiente matriz:

**Tabla 32**

Matriz de verificación del MIES

Resultados Visita de Verificación de Requisitos Básicos		
<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Estado</b>
Centro en rango superior	90% al 100%	Centro con permiso de Funcionamiento
Centro en rango medio	65% al 89%	Centro en proceso de permiso / Centro nuevo sin permiso de Funcionamiento/ se puede continuar con el servicio.
Centro en rango bajo	51% al 64%	Centro con Cierre temporal / Centro nuevo sin permiso de Funcionamiento.
Centro en rango inferior	0% al 50%	Centro clausurado / Centro nuevo sin permiso de Funcionamiento

## **ANEXO 2. ENCUESTA**

### **ANEXO 3. Protocolos de Investigación**

#### **Definición del problema**

El trabajo de investigación desarrollado requiere de una investigación de mercados que ayude a identificar los factores preponderantes del servicio asociado al centro de diversión infantil y de otros que puedan considerarse sustitutivos.

#### **Antecedentes del problema**

La etapa de la niñez por el continuo aprendizaje y descubrimiento hace que el tiempo sea relativamente corto y que deba ser aprovechado en su máximo nivel. Tiempo de calidad que necesariamente debe incluir aprendizaje, entretenimiento, descanso, convivencia familiar, alimentación, entre otras actividades.

Cómo se menciona, parte de la correcta utilización del tiempo en la niñez, es la de entretenerse y divertirse, por los beneficios naturales que ello ofrece. Y si en ello se involucra el aprender jugando se logra un espacio óptimo para apoyar el crecimiento y desarrollo infantil.

En ese contexto se busca analizar la factibilidad de crear e implementar un centro de diversión infantil para cubrir esa necesidad.

#### **Planteamiento del problema**

¿Será económica y financieramente viable la creación de un Centro de Diversión Integral para niños y niñas que, por medio del Método Montessori, aporte al desarrollo de los infantes mediante una utilización de calidad de su tiempo de ocio en la ciudad de Loja?

#### **Justificación**

La investigación de mercado para el proyecto de creación e implementación de un centro de diversión infantil permitirá disminuir la incertidumbre previa, respecto del

potencial en el mercado actual de Loja, de las condiciones más adecuadas para su eventual funcionamiento y las expectativas económicas de su ejecución.

### **Objetivo General**

Realizar un estudio de mercado para determinar las condiciones de uso de tiempo de niños y niñas de Loja y la pertinencia de crear e implementar un centro de diversión infantil.

### **Objetivos específicos**

Los objetivos específicos establecidos son:

- Determinar las características del servicio de un centro de diversión infantil en la ciudad de Loja.
- Identificar la expectativa que generaría esta propuesta en el mercado objetivo.
- Cuantificar una demanda potencial
- Estimar ingresos esperados con la implementación y puesta en funcionamiento del centro de diversión infantil.

### **Preguntas de Investigación**

- ¿Cuáles son las características que debe tener un centro de diversión infantil para cubrir las expectativas de niños y niñas respecto de actividades de entretenimiento, de aprendizaje y de integración?

### **Variables de estudio**

Las variables de estudio que se incluyen en esta investigación son:

- Producto: Servicio de un Centro de Diversión Integral Infantil en Loja

- Precio: Comparativo y promedio de precios en el mercado de servicios similares o sustitutos
- Plaza: Dinámica del servicio y otros sustitutos, marcas, canales de distribución
- Promoción: Estrategias de promoción, introducción y posicionamiento

### **Tipo de información que se recopilará**

La información que se recopilará estará directamente relacionada con las variables de estudio, para que se realice una investigación más precisa, ágil y coherente.

En el siguiente cuadro se puede identificar el tipo de información a levantar:

**Tabla 33**

*Tipos de información*

<b>Variable de estudio</b>	<b>Tipo de información a levantar</b>
<b>Producto: Servicio de un Centro de Diversión Integral Infantil en Loja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variedades y tipos por servicios existentes</li> <li>- Percepción sobre el servicio propuesto</li> <li>- Estimación de importancia y frecuencia de uso</li> </ul>
<b>Precio: Comparativo y promedio de precios en el mercado de servicios similares o sustitutos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Percepción sobre precio de servicios similares y/o sustitutos</li> <li>- Estimación de precios de uso del servicio propuesto</li> </ul>
<b>Plaza: Dinámica del servicio y otros sustitutos, canales de distribución</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de juegos más atractivos</li> <li>- Incidencia de servicios sustitutos</li> <li>- Canales de comercialización</li> </ul>
<b>Promoción: Estrategias de promoción, introducción y posicionamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estrategias de promoción y posicionamiento en el mercado</li> <li>- Servicios asociados</li> <li>- Estrategias de fidelización</li> </ul>

*Diseño Metodológico*

### **Diseño de investigación**

### **Tipo de diseño de investigación**

Para cumplimiento del objeto de estudio de esta investigación, el diseño de la misma incluye dos formas generales, que son:

- Investigación Analítica
- Investigación Concluyente (Descriptiva)

### **Investigación Analítica**

Para el desarrollo de este tipo de investigación se establecen las siguientes acciones:

- Análisis de contenidos: de documentos normativos, de funcionamiento, de protocolos de seguridad y demás reglamentación legal que se relacione con el centro de diversión infantil.
- Análisis textual: de documentos obligatorios para la creación del centro de diversión infantil.
- Análisis de datos secundarios de forma cualitativa, relacionados con servicios similares ofertados a la niñez de Loja.

### **Procedimiento de recolección de fuentes secundarias**

El proceso de recolección de información secundaria se realiza considerando la naturaleza de la investigación y la posibilidad de acceso a datos e información actualizada o estimada.

En este contexto, se utilizaron páginas web de fuentes oficiales como:

- Tesis sobre diseño de centros de diversión infantil
- Estadísticas sociodemográficas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC
- Base de datos de empresas con RUC activo del Servicio de Rentas Internas SRI

- Normativa regulatoria del Ministerio de Inclusión Económica y Social
- Normativa regulatoria del Ministerio de Educación

### **Herramientas de apoyo**

- Matriz de levantamiento de información
- Matriz de sistematización de información

### **Cronograma de levantamiento**

- Levantamiento de información durante el mes de junio.

### **Investigación Descriptiva**

Para el desarrollo de este tipo de investigación se establecen las siguientes acciones:

- Encuestas estructuradas de carácter descriptivo que ayude a levantar información sobre las características para el diseño del centro, de las actividades integradas y demás condiciones de servicio esperado por el mercado objetivo.
- Aplicación de encuestas estructuradas al mercado objetivo para cuantificar la potencial demanda y estimar ingresos futuros.

### **Recolección de datos de fuentes primarias**

Para propósito de levantar información primaria, se utilizó la herramienta de la encuesta estructurada, que incluyó preguntas referentes a alcanzar a cumplir los objetivos específicos, considerando como fuente de información a la población objetivo y su segmentación.

### **Desarrollo del cuestionario**

Recordando que, dentro de la investigación descriptiva establecida, una de las técnicas seleccionadas fue la de la encuesta, reconocida como “un interrogatorio a los individuos a quienes se les plantea una variedad de preguntas con respecto a su comportamiento intencionalidades, actitudes, conocimientos, motivaciones, así como, características demográficas y de su estilo de vida”. (Malhotra, 2008)

Se diseñó un formulario con una estructura que sea ágil y entendible para ser aplicada a los hogares de Loja y permita levantar información objetiva sobre las características esperadas para el centro y las condiciones sociales, demográficas, económicas y conductuales del mercado objetivo.

La encuesta como instrumento de levantamiento de datos, constó de una estructura formal, con preguntas en un orden determinado, dichas preguntas fueron de carácter fijo, pero también con algunas de carácter abierto, esperando una mayor profundidad en los datos recabados por los informantes.

También se incluyó una escala de Likert, para determinar el grado de acuerdo o desacuerdo respecto de la creación del centro, y pago de tasa de uso.

Una vez construido se aplicó una prueba piloto, para realizar ajustes que ameriten para tener un instrumento más apropiado al diseño de la investigación y sus objetivos.

### **Técnica de muestreo**

Esta investigación tuvo el siguiente proceso para definir el diseño del muestreo:

- **Definición de la población objetivo**
  - Hogares de Loja con niños o niñas de entre 1 a 9 años de edad.

- **Determinación del marco muestral**

Para determinar de manera más adecuada la selección de las unidades muestrales, el marco de muestreo es:

- Hogares de Loja

- **Selección de la técnica de muestreo**

Para efectos del estudio, se considera que el muestreo es “Por conveniencia” que, en una técnica No Probabilística, que permite el levantamiento de información según las necesidades y condiciones actuales por pandemia por el Covid-19.

- **Determinación del tamaño de la muestra**

Para determinar el tamaño de la muestra, se utiliza la fórmula específica para poblaciones finitas

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N-1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

**Donde:**

**z** = Nivel de confianza del 95%, que corresponde a un valor z de 1,96

**p** = Probabilidad de que respondan a la encuesta, se estima en 50%

**q** = Probabilidad de que no respondan, es decir **1 - p = 1 - 0.5 = 0.5**

**N** = Universo o población (hogares de Loja)

**e** = Máximo error permitido, se asume un 10% por la alta dispersión.

**Desarrollo de la fórmula**

z =	<b>1,96</b>			
p =	0,5			
q =	0,5			
N =	115.837			
e =	0,07	e <sup>2</sup> =	0,0049	e <sup>2</sup> (N-1) = 567.5964
		N - 1 =	115.836	z <sup>2</sup> *p = 0,9604
z <sup>2</sup> =	3,8416			

$Z^2 * p * q * N =$	111249.85
$e^2(N-1) + z^2 * p =$	568.56
<b>n =</b>	<b>195.67</b>
<b>n =</b>	<b>196</b>

- **Desarrollo del proceso de muestreo**

Para el desarrollo del muestreo, se programa el operativo de campo con el personal asignado, considerando algunos criterios estandarizados:

- La encuesta es personal, por lo tanto, solo una persona seleccionada según los criterios de segmentación puede responder.
- El tiempo de levantamiento se hace en el mes de junio del 2021

**Trabajo de campo**

Para el cumplimiento del operativo de camp, se establecieron las siguientes fases, secuenciales:

- **Selección del equipo de encuestadores**

Se buscó que el personal seleccionado tenga un nivel de educación superior o bachillerato completo para un mejor entendimiento y aplicación del formulario.

Otro de los requerimientos era acreditar experiencia en levantamiento de encuestas, que sea empático y sociable.

- **Capacitación del equipo de encuestadores y de apoyo**

Se realizó una capacitación al equipo encuestador de forma personal, para que conozcan y se familiaricen con el formulario, reconozcan las opciones de respuestas válidas, insistir en que se hagan las preguntas en el orden y sentido que están diseñadas, para que puedan hacer el contacto inicial y sobre todo puedan guiar en el llenado de la

encuesta a los encuestados, reconozcan el correcto registro de las respuestas; y, en resumen para que se cumpla el procedimiento establecido para el operativo de campo.

- **Trabajo de campo**

El operativo de campo se diseñó para cumplirse en un tiempo de dos semanas.

- **Supervisión del equipo de encuestadores**

La intención de este paso era la de buscar asegurar la veracidad de la información, el respeto al procedimiento de campo establecido y a la calidad de las respuestas y datos registrados. Considerando que el análisis se hará según lo que conste en los formularios.

- **Validación del trabajo de campo**

La validación del trabajo de campo buscó corroborar que el levantamiento se hizo cumpliendo con todos los estándares establecidos, y para garantizar la calidad final del trabajo de campo.

## **Análisis de datos**

### **Plan de análisis de los datos**

En este punto el procesamiento de los datos, por la versatilidad y por ser amigable se lo realizó con el utilitario Excel de Office.

El procedimiento de análisis incluyó:

- **Revisión del cuestionario**

En este paso se hizo una revisión de todos y cada uno de los cuestionarios, para verificar si no existen preguntas o campos sin contestar, así como si las respuestas no seguían un patrón que sugiera un sesgo de parte del encuestador. También para verificar si quien contestó era parte de la población objetivo.

- **Edición**

Se hizo una revisión de las respuestas para evitar que se incluyan respuestas ilegibles, o que se presten a interpretaciones.

#### Codificación

Para el tratamiento de los datos se asignaron códigos para que su procesamiento sea más ajustable al programa seleccionado (en este caso la hoja de cálculo Excel). La asignación se hizo de tal forma que un código numérico represente a una sola respuesta, campo o variable.

Para estandarizar la tabulación, se creó un libro de códigos que incluía los códigos asignados a cada variable.

#### - Tabulación

Este punto permitió que las encuestas ya codificadas se contabilicen en la hoja de cálculo Excel, para ello se creó una base de datos que incluyó todas las preguntas y los campos de respuesta de cada una, en las preguntas cerradas, es decir aquellas con datos de nivel de datos ordinal o nominal, las columnas utilizadas fueron limitadas. Para los datos de nivel de intervalo y de razón se abrieron columnas de respuesta (y tabulación) de acuerdo al número de respuestas dadas)

#### - Depuración de los datos

Este paso permitió ajustar la información dentro de la base de análisis para evitar que en el procesamiento y análisis se presenten errores.

#### - Consolidación y análisis

Una vez realizado el proceso de tabulación se consolidaron las respuestas y se realizó una ponderación que permita una interpretación porcentual o numérica para la preparación del informe.

Para ello se utilizaron gráficos estadísticos de nivel descriptivo, como distribuciones de frecuencia, medidas de tendencia central como media y moda; así como, medidas de variación como el rango.



**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, Alexandra Carolina Paz Cueva, con C.C:1104884828 autora del trabajo de titulación: “Viabilidad económica y financiera para la creación de un centro de diversión integral para niños en la ciudad de Loja.” 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, Agosto 2021

---

Nombre: Alexandra Carolina Paz Cueva



**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	"Viabilidad económica y financiera para la creación de un centro de diversión integral para niños en la ciudad de Loja."		
<b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Alexandra Carolina Paz Cueva		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Ing. María Josefina Alcívar Avilés, PhD.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>UNIDAD/FACULTAD:</b>	Sistema de Posgrado		
<b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>	Maestría en Finanzas y Economía Empresarial		
<b>GRADO OBTENIDO:</b>	Magister en Finanzas y Economía Empresarial		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	Agosto 2021	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	142
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Proyecto, análisis de indicadores, evaluación financiera, Gestión		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Proyecto, Estudio De Mercado, Estudio Técnico, Financiero, Método Montessori.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b> (150-250 palabras):			
<p>El desarrollo de iniciativas de emprendimiento que muestre soluciones reales y factibles a problemas actuales siempre es un ejercicio que requiere tiempo, análisis y sobre todo adaptación a las necesidades identificadas. En la actualidad y por efecto de la pandemia por el Covid-19, se ha detectado un gran preocupación en las familias derivadas de un confinamiento complejo y lleno de dificultades para los padres de familia quienes ve a sus hijos sin tener que hacer en los tiempos de ocio, de ahí surge la iniciativa de la creación de un Centro de Diversión Integral para niños en Loja, que al mismo tiempo les permita iniciar un proceso de desarrollo y aprendizaje de manera natural.</p> <p>El presente proyecto analiza la viabilidad económica y financiera del proyecto de implementación del centro, que brinde un espacio de distracción, diversión y de interacción entre niños, ayude a solventar la falta de roce natural entre los niños; para ello se inicia con el estudio de mercado que determine si existe una demanda insatisfecha, se incluye un estudio de marketing que contemple estrategias para introducir y posicionar al centro; se continúa con un estudio técnico que evalúe los requerimientos para la ejecución y desarrollo del proyecto; y, por último se presenta el estudio económico financiero que identifique inversión, financiamiento y costos; y que mediante indicadores financieros determine la viabilidad de la creación del Centro.</p> <p>Finalmente con la ejecución del proyecto se generará fuentes de empleo y ofrecerá una alternativa de entretenimientos y aprendizaje para niños de Loja.</p>			

<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-4-0939204059	<b>E-mail:</b> AlexandraPaz_01@hotmail.com
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Econ. Ma. Teresa Alcívar	
	<b>Teléfono:</b> 0990898747	
	<b>E-mail:</b> maria.alcivar10@cu.ucsg.edu.ec	
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>		
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>		
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>		
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		