



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE UN CENTRO DE RECREACIÓN INFANTIL, EN LA CIUDAD
DE LOJA”**

Tesis previa a la obtención del Título
de Ingeniero Comercial.

AUTOR:

Fidel Agustin Mendoza Cuenca

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Patricio Gómez

LOJA-ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN

Ing. Patricio Gómez, Docente de la Carrera de Administración de Empresas del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja y Director de Tesis.

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE RECREACIÓN INFANTIL, EN LA CIUDAD DE LOJA”** elaborado por el aspirante Fidel Agustin Mendoza Cuenca, previo a optar el Grado de Ingeniero Comercial, ha sido realizado bajo mi dirección y luego de haberlo revisado autorizo su presentación.

Loja, 15 de Noviembre del 2012

.....
ING.MARCO PATRICIO GÓMEZ
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Los conceptos, ideas, análisis, descripciones, opiniones, conclusiones y recomendaciones vertidas en el desarrollo del presente trabajo titulado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE RECREACIÓN INFANTIL, EN LA CIUDAD DE LOJA”** son de absoluta responsabilidad de su autor.

Dejo constancia expresa de que el presente trabajo es de mi autoría que me identifico como el autor principal de este documento.

El Autor

.....

Fidel Agustin Mendoza Cuenca

DEDICATORIA

A MI ESPOSA:

Por darme su amor, su apoyo y la fuerza necesaria para seguir adelante, así como para que este sueño se haga realidad.

A MIS PADRES:

Por ser mi mayor ejemplo a seguir, y por haberme inculcado valores, por su apoyo moral, económico y por estar siempre en los momentos más difíciles de mi vida.

Fidel A. Mendoza

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la oportunidad de vivir por llenar mi espíritu de fortaleza y sabiduría en todo momento.

A la Universidad Nacional de Loja, quien me abrió sus puertas para hoy culminar mi anhelo.

Al Personal Docente por impartir sus conocimientos, y al personal administrativo por extenderme su mano cuando lo necesité.

Un agradecimiento especial a mi Director de Tesis Ing. Patricio Gómez, por su distinguida orientación y ayuda.

A. TEMA

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE RECREACIÓN
INFANTIL, EN LA CIUDAD DE LOJA”**

B. RESUMEN

El presente proyecto recoge la necesidad insatisfecha de diversión, para niños de 3 a 12 años, que visitan junto con sus padres los Centros de Recreación Infantil ubicados en los distintos sitios de la ciudad de Loja, que se estima este segmento poblacional en aproximadamente 49900 niños, por lo que se constituye en un gran mercado para implementar y poner en marcha un Centro de Diversión Infantil.

Este proyecto de factibilidad pretende cubrir la necesidad de distracciones y juegos para este segmento poblacional que vive en la parte urbana de la ciudad de Loja.

Para cumplir con este objetivo la presente investigación se ha dividido en los siguientes puntos.

ESTUDIO DE MERCADO.- Permite conocer las características socio-económicas de los potenciales clientes, que es de 442797 servicios al año de la capacidad instalada de la empresa, de la cual cubrirá el 76,73% de la capacidad que es 169884 servicios al año, su frecuencia en visitar el Centro de Recreación es de 63 veces al año, la Ubicación idónea que presta las condiciones necesarias para que la empresa brinde sus servicios es la Parroquia el Valle ,AV: salvador Bustamante Celi y Santa Rosa, bajo el hostel el Valle, lo que estarían dispuestos a pagarlos clientes por el servicio es de \$ 0,48 Ctv y el tema que gustaría que tenga el Centro de Diversión, por ejemplo; Piratas, Guerra de las Galaxias, Jungla, Medieval, etc., entre otros aspectos relevantes.

ESTUDIO TÉCNICO.- Determinará principalmente el tamaño del proyecto, los requerimientos de equipos (juegos), su distribución óptima dentro del local, diagramas de flujo que determinen los procesos y subprocesos requeridos para optimizar el servicio, como también los requerimientos de personal, además de indicar otros elementos operativos necesarios para la puesta en marcha y operación de este negocio.

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN: Se estipula, el tipo de empresa más adecuado de acuerdo con la Ley de Compañías; su razón social, número de socios, derechos y obligaciones que asumirían, además de los procedimientos legales a seguir para dar personería jurídica a esta nueva empresa.

También se elaborará una estructura filosófica empresarial a través de la creación de una Visión, Misión, Principios y Valores, con los que serán referentes para el desarrollo, cumplimiento de los objetivos, políticas y estrategias aquí propuestas.

Además se propone una estructura organizativa formal, a través de la departamentalización y desarrollo de funciones específicas por áreas, los cuales se reflejarán en organigramas, tanto funcional como estructural. Finalmente se diseñarán cargos, funciones y competencias para el personal.

La elaboración de esta estructura organizativa permitirá disponer de una empresa, eficiente, productiva y profesional.

ANÁLISIS ECONÓMICO – FINANCIERO: En base y concordancia con los aspectos anteriores, se establecerá el monto de la inversión que es \$ **30.518,20** .Para crear la empresa se apelara a crédito bancario tomando en consideración la tasa de interés más conveniente para los accionistas, el monto a pedir es de \$5000.00.

Se estimará los ingresos, costos y gastos proyectados para un período de 5 años, lo cual permitirá conocer: flujo de caja proyectada, balances, punto de equilibrio, análisis financiero, finalmente establecer: VAN que es de **32852,5** significa que el proyecto proporciona esa cantidad de remanente por sobre lo exigido por el inversionista, para el presente proyecto la TIR es de 42,75% siendo este valor satisfactorio para realizar este proyecto.

La relación Beneficio / Costo del proyecto es mayor que uno(1,29) indicador que sustenta la realización del proyecto, que determinará en última instancia, la rentabilidad y viabilidad de este proyecto.

SUMMARY

The present project gathers the unsatisfied need of amusement, for children from 3 to 12 years, which visit together with his parents the Centers of Infantile Recreation located in the different sites of Loja's city, which one estimates this population segment in approximately 49900 children, by what it is constituted on a great market to help and to start a Center of Infantile Amusement. This project of feasibility tries to cover the need of distractions and games for this population segment that lives in the urban part of Loja's city.

To fulfill with this aim the present investigation it has divided in the following points.

MERCADO.'s STUDY - Allows to know the characteristics socio-economic of the potential clients, that it is 442797 services to the year of the installed capacity of the company, of which it will cover 76,73 % of the capacity that is 169884 services a year, his frequency in visiting the Center of Recreation is 63 times a year, the suitable Location that gives the necessary conditions in order that the company offers his services is the Parish the Valley, AV: savior Bustamante Celi and Santa Rosa, under the hotel the Valley, what they would be ready to pay them clients for the service is of \$ 0,46 Ctv y the topic that would like that it has the Center of Amusement, for example; Pirates, War of the Galaxies, Jungle, Medieval, etc., between other relevant aspects.

STUDY TÉCNICO. - Will Determine principally the size of the project, the requirements of equipment's (games), his ideal distribution inside the place, flow charts that determine the processes and sub processes needed to optimize the service, as also the requirements of personnel, beside indicating other operative elements necessary for the putting in march and operation of this business.

THE COMPANY AND HIS ORGANIZATION: It is stipulated, the type of company more adapted of agreement with the Law of Companies; his trade name, number of partners, rights and obligations that would take up office, besides the legal procedures to continue to give juridical legal status to this new company.

Also there will be elaborated a philosophical managerial structure across the creation of a Vision, Mission, Beginning and Values, with which they will be relating for the development, fulfillment of the aims, policies and strategies here proposed. In addition one proposes an organizational formal structure, she is conversed by indoctrination and development of specific functions for areas, which were reflected in flowcharts, both functional and structural. Finally charges, functions and competitions were designed for the personnel. The production of this organizational structure will allow to have a company, efficient, productive and professional.

ECONOMIC ANALYSIS - FINANCIAL: In base and conformity with the previous aspects, there will be established the amount of the investment that is \$ 30.518,20. To create the company one was appealing on credit bank employee taking in consideration the rate of the most suitable interest for the shareholders, the amount to asking is of 5000.00 \$.

There will be estimated the income, costs and expenses projected for a period of 5 years, which will allow to know: flow of projected box, balance sheets, point of balance, financial analysis, finally to establish: THEY GO that it is of 32852,58, it means that the project provides this quantity of remnant for on the demanded for the investor, for the present project the TIR it is 42,75 % being this satisfactory value to realize this project. The relation I Benefit / Cost of the project it is major that one (1,29) indicator that sustains the accomplishment of the project, which it will determine in last instance, the profitability and viability of this project.

C. INTRODUCCIÓN

En nuestro país los proyectos de factibilidad son desconocidos por muchos empresarios o inversionistas que no tienen un conocimiento pedagógico sobre los beneficios que nos prestan realizar un buen proyecto de factibilidad, por esta razón las convierten en empresas fracasadas.

Un proyecto de factibilidad exitoso permite a los empresarios tener una información exacta y oportuna que le admite tomar decisiones favorables.

En la ciudad de Loja existen varias empresas que ofrecen servicios de recreación infantil, las mismas que son establecidas de una forma empírica donde no realizan el estudio de mercado que enfoca variables como: Producto que es establecido de una manera errónea donde no se estima variables relevantes como la población objetiva, niveles de ingreso esperado, bienes complementarios o sustitutos que ya existen o están por entrar al mercado convirtiéndoles en frágiles a la hora de participar en el mercado o afrontar la competencia y de igual manera sucede con la promoción, que no se realiza una publicidad adecuada para informar al cliente sobre los servicios que presta la empresa, como negativa de esto no puede fomentar las ventas por no invertir en esta herramienta indispensable en el estudio de mercado.

Y de igual manera sucede con el precio, que lo establecen de una manera inadecuada sin considerar variables como los costes de producción del servicio, sin analizar los precios de la competencia llevándolos a obtener en algunos casos poca aceptación del cliente y por ende pérdidas muy grandes, y sobre la plaza las empresas de servicios recreacionales en la ciudad no toman en cuenta las rutas más cortas para llegar directamente al cliente con el servicio, todo esto permitirá conocer el posicionamiento del producto en su fase de introducción en el mercado, este estudio significa el aspecto clave ya que determina los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad.

A los líderes de las organizaciones se les pasa por alto realizar un análisis minucioso sobre el tamaño óptimo de la planta; al adquirir maquinaria, equipo, infraestructura, energía innecesaria el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a las empresas en la

creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. I de igual manera tampoco realizan el estudio de la localización de la planta incluyendo un análisis de la macro y micro localización para identificar el lugar ideal donde aprovechemos al máximo las materias primas, cercanía a los mercados de consumo, condiciones ambientales favorables, fuerza de trabajo apropiada, impuestos equitativos, transporte adecuado, por lo contrario son ubicadas de acuerdo a la avidez de los inversionistas.

En cuanto a la distribución de la planta, las empresas de recreación en la ciudad es un problema que no toman en consideración siendo un desorden total en las instalaciones de sus maquinarias y equipos provocando inseguridad en el usuario.

En la actualidad las organizaciones que prestan servicios recreacionales en la ciudad, no realizan un manual de funciones siendo esto una falencia enorme porque asignan puestos indebidos que no cumplen con su perfil profesional, asignándoles responsabilidades inadecuadas en su cargo, otros errores son que no cumplen con el aspecto legal, incumplimiento de los permisos correspondientes para el funcionamiento siendo esta una causa que los conlleva a ser multados y sancionados por las autoridades correspondientes.

En lo que se refiere al estudio económico las organizaciones de servicios de recreación en la ciudad de Loja, no realizan un estudio financiero por un profesional experto que los conlleva a cometer algunos errores como desconocer la factibilidad y rentabilidad del proyecto, y de igual forma no busca las fuentes de financiamiento apropiadas que ayuden a obtener dinero para cubrir todos los gastos de inversión que son requeridos al formar una empresa, al no realizar este estudio será evidente el fracaso a mitad del camino, al momento de quedarse sin dinero inician los problemas, y es cuando la empresa empieza a caer lo que genera su posible desaparición del mercado.

Al no realizar la evaluación financiera, no se podrá conocer la posibilidad de la puesta o no en marcha del proyecto, es decir conocer los resultados de:

- ✓ El Valor Actual Neto
- ✓ Tasa Interna de Retorno
- ✓ Periodo de Recuperación de Capital
- ✓ Relación Beneficio-Costo
- ✓ Análisis de Sensibilidad.

Que son indicadores financieros que les ayudarían a medir, supervisar y controlar las inversiones fundamentales para el buen funcionamiento de las organizaciones.

Por lo expuesto anteriormente y conscientes de esta problemática, considero necesario como estudiante de la Carrera de Administración de Empresas una medida de solución a las falencias antes mencionadas que es: **“Un Proyecto de Factibilidad para la Creación de un Centro de Recreación Infantil, en la Ciudad de Loja”** con el propósito de mejorar el estilo de vida de los niños(a) de la ciudad de Loja.

D REVISIÓN DE LITERATURA

1. EMPRENDIMIENTO

Concepto

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto¹

1.1 PROYECTOS DE INVERSIÓN

Concepto

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

2. MERCADOTECNIA

En la actualidad el marketing es una herramienta que todo empresario debe conocer.

Concepto.

Marketing es tener el producto adecuado, en el momento adecuado, adaptado a la demanda, en el tiempo correcto y con el precio más justo".

2.1 ESTUDIO DE MERCADO

2.2.1 Mercado.- son los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio. Es la presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer

¹ [Http://WWW.pdf4free.com](http://WWW.pdf4free.com)

2.2.2 Producto.

“Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea”

Clasificación de los productos.

Los productos pueden clasificarse en tres grupos según su durabilidad o tangibilidad y consumo.

Los bienes no duraderos son bienes tangibles que se consumen por lo general en una o varias veces que se usen. Ejemplos de ello son la cerveza, el jabón y la sal.

Los bienes duraderos son bienes tangibles que suelen sobrevivir al uso. Los ejemplos incluyen refrigeradores, maquinas herramientas y ropa. Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta; por ejemplo, cortes de cabello y reparaciones.

Bienes de consumo. Los bienes de consumo son los que compran los consumidores definitivos para su propio consumo. Por lo general, los mercados clasifican estos bienes basándose en los hábitos de compra del consumidor.

2.2.3 segmentación del mercado

La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes.²

Tipos de segmentación:

- Geográfica: Se divide por países, regiones, ciudades, o barrios.
- Demográfica: Se dividen por edad y etapa del ciclo de la vida. Por el SEXO.

²http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado

- **Psicográfica:** Se divide según la clase social, el estilo de la vida, la personalidad y los gustos.
- **Conductual:** Se divide de acuerdo a los conductos, beneficios pretendidos, lealtad a la marca y actitud ante el producto.

2.2.4 Estudio de la oferta y la demanda

OFERTA.- la oferta es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta.

DEMANDA.- La demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir.

Demanda Efectiva

Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios,

Demanda Satisfecha

Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto o servicio y además está satisfecho con él.

Demanda Insatisfecha

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.

2.2.5 precio:

El precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio³

2.2.6 plaza o distribución:

En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor).

³http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado

2.2.7promoción:

Es una herramienta comercial para empujar el producto hacia el consumidor/cliente. Se suele asociar popularmente con descuentos de precios en grandes almacenes (es confusa) pero marketing define la promoción de ventas como el conjunto de actitudes que eliminan la compra e los consumidores y la eficiencia de los vendedores.

3. ADMINISTRACION DE LA PRODUCCIÓN

Es la administración de los recursos productivos de la organización. Esta área se encarga de la planificación, organización, dirección, control y mejora de los sistemas que producen bienes y servicios.

3.1 Capacidad Instalada.- Es la cantidad máxima de Bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una Empresa por unidad de Tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

3.2 Capacidad Utilizada.- La capacidad utilizada de la planta depende de los recursos disponibles de la empresa, en este caso se tomará en cuenta la capacidad instalada de la planta y el talento humano disponible.

3.3 LOCALIZACION DE LA PLANTA

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo

3.3.1 Macro localización.

Es comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto. Los factores más importantes a considerar para la localización a nivel macro son: Costo de Transporte de Insumos y Productos. Se trata de determinar si, la localización quedara cerca del insumo o del mercado. La comparación se debe hacer tomando en cuenta pesos, distancias y tarifas vigentes.

3.3.2 Micro localización.

En la localización a nivel micro se estudian aspectos más particulares a los terrenos ya utilizados.

Entre los factores a considerar están:

- Vías de Acceso
- Transporte de Mano de Obra.
- Energía Eléctrica
- Agua
- Valor Terreno
- Calidad de mano de obra

3.4 INGENIERIA DEL PROYECTO

En este ámbito se trabaja la descripción genérica de la actividad productiva de la empresa, ilustrando brevemente las diversas fases del proceso, sus características propias, y también las competencias distintivas de la empresa.⁴

3.4.1 Proceso de producción.- El proceso de producción es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio.

3.4.2 Diagrama de procedimiento

El diagrama para el procedimiento, es el orden y combinación de las diferentes actividades de producción, es una secuencia de operaciones expresada en forma gráfica. También es una forma de detallar y estudiar el proceso de producción, a través de la utilización de un diagrama de flujo.

3.5 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

3.5.1 Organización del recurso humano

En esta unidad se estudia la organización administrativa para la operación del proyecto. Para esto se definen los procesos, los cargos, las funciones y se

⁴<http://www.mitecnologico.com/Main/EstudioTecnico>

determina los requerimientos de infraestructura, de personal y demás egresos propios de la operación. También se analiza los asuntos legales y forma como estos impactan económicamente al proyecto; en especial se hace referencia a los costos de constitución y a la carga impositiva.

3.5.2 Estructura Empresarial

Se entiende la estructura organizacional como el medio del que se sirve una organización cualquiera para conseguir sus objetivos.

Su finalidad es la de establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una organización para trabajar juntos de forma óptima, a fin de que sean alcanzados los objetivos corporativos.

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.⁵

3.5.3 Niveles Jerárquicos de Autoridad

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:⁶

Nivel Legislativo-Directivo

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido.

Nivel Ejecutivo

Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombrado por el nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión

⁵<http://www.mitecnologico.com/Main/EstudioTecnico>

⁶<http://www.monografias.com/trabajos-pdf/organizacional>

operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

Nivel asesor

Este nivel aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad a la cual estén asesorando.

Nivel Operativo

Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

Nivel Auxiliar

El nivel auxiliar ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidades y eficiencia.

3.6 ORGANIGRAMAS

Es la representación gráfica de la estructura orgánica de la institución.

3.6.1 Organigrama Estructural.- Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes.

3.6.2 Organigrama Funcional.- es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa.

3.6.3 Organigrama de Posición.- sirve para representar la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas, se indica el número de cargos, la denominación del puesto y la clasificación, se puede incluir la remuneración y aún el nombre del empleado.

3.7 MANUAL DE FUNCIONES

Es detallar los cargos asignando funciones en los puestos de trabajo de acuerdo a los criterios e intereses del inversionista.

D. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

La Administración financiera es el área de la Administración que cuida de los recursos financieros de la empresa. La Administración Financiera se centra en dos aspectos importantes de los recursos financieros como lo son la rentabilidad y la liquidez. Esto significa que la Administración Financiera busca hacer que los recursos financieros sean lucrativos y líquidos al mismo tiempo.⁷

4.1 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta los que contendrán las funciones de producción, administración y ventas.

4.2 INVERSIONES

Estas inversiones se las puede agrupar en tres tipos:

- **Inversiones en activos fijos.** Son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto.
- **Inversiones en activos nominales o diferidos.** Son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.
- **Inversiones en capital de trabajo.** Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados.

⁷VARELA, Rodrigo. Evaluación Económica de Alternativas Operacionales y Proyectos de Inversión. Editorial Norma.

4.3 FINANCIAMIENTO

Una vez establecida la inversión requerida, es necesario prever las fuentes de financiamiento, es decir de dónde se obtendrá los recursos que permitirán adquirir o incurrir en todo lo necesario para poner en marcha el proyecto.

4.3.1 presupuestos de costos e ingresos

El costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro. Hay que señalar que la evaluación de proyectos es una técnica de planeación, y la forma de tratar el aspecto contable no es tan rigurosa, lo cual se demuestra cuando por simplicidad son:

4.3.2 Costos de producción, a estos pertenecen el costo de materia prima, el costo de mano de obra, el costo de envases, de energía eléctrica, de agua, combustible, etc.

4.3.3 Costos de administración, son los que provienen para realizar la función de administración en la empresa, a estos costos pertenecen sueldos del personal administrativo, gastos de oficina, depreciación de activos utilizados en estas funciones, amortización, servicios básicos y otros.

4.3.4. Costos de venta son los que se originan en las funciones de vender el producto al consumidor final o al cliente (intermediario).

4.3.5. Costos financieros son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo.

4.3.6 Presupuesto de Ingresos

Está dado por los dineros que esperan recibir por el producto o la prestación del servicio del proyecto.

4.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto de Producción en el que los ingresos cubren solamente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida.

4.5 PRESUPUESTO DE COSTO

El costo es un desembolso en efectivo o en especie realizado en el pasado, en el presente y en el futuro.

4.5.1 Clasificación de Costos

En todo proceso productivo los costos se clasifican en costos fijos y variables.

4.5.2 Costos Fijos

Representa aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción.

4.5.3 Costos Variables

Son aquellos valores monetarios en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación con los niveles de producción de la empresa.

4.6 ESTADOS FINANCIEROS

4.6.1 balance general.

El balance general es un estado financiero que muestra la situación financiera de la empresa, aquí se presenta los activos propiedades de la empresa, los pasivos deudas de la empresa y el patrimonio, lo que realmente es propiedad de los accionistas o propietarios de la empresa.

Activo = Pasivo + Capital

4.6.2 Estado de resultados

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estos pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

4.6.3 El estado de pérdidas y ganancias

Llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida obtenida durante un período económico, resultados que sirven para obtener mediante análisis, conclusiones que permitan

4.6.4 Ingresos:

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos, como arriendos, intereses, valores por ventas de activos fijos, venta de acciones.

4.6.5 Egresos:

Está formada por la sumatoria del Costo Primo, Costos Indirectos de Producción, Gastos Administrativos, Gasto de Ventas, Gastos Financieros (intereses).

4.7 EVALUACIÓN FINANCIERA.

Se utiliza para tomar una decisión de aceptación o rechazo, cuando se estudia un proyecto específico.⁸

4.7.1 Flujo de caja

Es el estado financiero que se presenta en forma significativamente resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entradas y salidas de recursos monetarios efectuados durante un período, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente futura.

4.7.2 Valor presente o actual neto(VAN)

Definido como el Valor presente de una inversión a partir de una tasa de descuento, una inversión inicial y una serie de pagos futuros. La idea del V.A.N. es actualizar todos los flujos futuros al período inicial (cero), compararlos para verificar si los beneficios son mayores que los costos. Si los beneficios actualizados son mayores que los costos actualizados, significa que la rentabilidad del proyecto es mayor que la tasa de descuento, se dice por tanto, que "es conveniente invertir" en esa alternativa. Luego: Para obtener el "Valor Actual Neto" de un proyecto se debe considerar obligatoriamente una "Tasa de Descuento" que equivale a la tasa alternativa de interés de invertir el dinero en otro proyecto o medio de inversión.

⁸http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_de_sensibilidad

4.7.3 Tasa interna de retorno

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

- Si la TIR es $>$ que el costo de capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es $=$ que el costo de capital, la inversión es criterio del inversionista.
- Si la TIR es $<$ que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

4.7.4 Período de recuperación del capital

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza el flujo neto y la inversión. Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

4.7.5 Relación beneficio – costo

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no sobre la base del siguiente criterio:

- ❖ Si la relación es $= 1$ el proyecto es indiferente
- ❖ Si la relación es > 1 el proyecto es rentable
- ❖ Si la relación es < 1 el proyecto no es rentable.

4.7.6 Análisis de sensibilidad

Con el análisis de sensibilidad se determina cuál es el nivel mínimo de ventas que puede tener la empresa para seguir siendo económicamente rentable:

El criterio de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible.
- Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible.

- Si el coeficiente es = 1 no hay efectos sobre el proyecto.

MARCO REFERENCIAL:

1. LÚDICA

Llámesse lúdica a la expresión macro del ser humano; aquellas expresiones intelectivas, corporativas, contemplativas y proyectivas del hombre.

La lúdica es el potencial creativo y gozoso que hay en cada uno de nosotros y que se expresa a través de diferentes medios de comunicación como la música, la danza, el teatro, la lectura, la contemplación, lo artístico y lo cultural entre otros.⁹

2. RECREACIÓN

Es una de las áreas del desarrollo humano que se enmarca dentro de lo social, con el objetivo de brindar a cada individuo alternativas para el sano esparcimiento y libre utilización del tiempo libre.

Es un área social que a lo largo de la existencia de la humanidad se ha presentado como una necesidad básica a satisfacer bien sea por el individuo como tal o por el estado, como el ente responsable del desarrollo humano. Otras como la psicología, el trabajo social, la sociología, la antropología, la educación física; son áreas igualmente preocupadas por encontrar y comprender el comportamiento humano, encuentran en la recreación una muy buena alternativa para mejorar y adecuar la calidad o mejor los estilos de vida de los seres humanos y trascienden la recreación más que una actividad al campo de espacio óptimo de desarrollo humano.

2.1 Recreación como derecho social.

En sus principios la recreación se catalogó como un cúmulo de actividades para personas que con un alto nivel económico podían acceder a la realización de estos, ya que tenían otras necesidades básicas como alimentación, vivienda, vestido, salud, educación, parcialmente satisfechas. Pero hoy por

⁹ Centro Integral de Recreación Infanto Juvenil

hoy se encuentra como necesidad a satisfacer en una sociedad enmarcada por crisis ante todo de tipo psicosocial, necesitada de encontrar un nuevo modo de vida que tenga como base el descanso y el disfrute de lo que se hace y se esté encaminado en pro del bienestar emocional.

Entendido así podremos afirmar que la "recreación es una campo generador de experiencias escogidas libremente por el hombre. Que realizadas de manera placentera enriquecen la vida y cultivan las relaciones sanas y armoniosas; donde cada una de ellas procuran el equilibrio emocional, mental y físico proyectado en el que hacer social teniendo como herramienta principal el potencial lúdico."

2.2 Finalidad de la recreación infantil

La recreación tiene una finalidad intrínseca en cada actividad que se realiza más que el placer por el placer, impregnar a cada individuo que participa de ella, de desarrollo, disfrute, descanso y diversión mediante la alegría, la lúdica, el juego, la creatividad, la libertad, la espontaneidad y la elección de hechos motivada por un gusto y un agrado interior.

3. OBJETIVOS DE LA RECREACIÓN

Más bien qué objetivos se debería pensar en los propósitos que ésta debe tener en pro del desarrollo individual acordes a las necesidades, intereses o inquietudes manifiestas y a las condiciones de vida que presente cada persona:

- ❖ Preocuparse por el desarrollo integral del ser humano.
- ❖ Estimular el desarrollo de actitudes y aptitudes positivas.
- ❖ Fortalecer la solidaridad, confianza, optimismo, deseo de superación y auto realización.
- ❖ Rescatar los valores humanos y culturales.
- ❖ Inducir a nuevos hábitos de utilización del tiempo.
- ❖ Favorecer el desarrollo de la expresión de los sentimientos y las emociones.
- ❖ Permitir la asociación de los individuos.
- ❖ Integrar a la comunidad.

4. RECREACIÓN Y SOCIEDAD

En la sociedad, la recreación es utilizada para lograr el goce y el placer momentáneo fundamentado en la lúdica y la creatividad de cada individuo; ello implica espontaneidad, disfrute, regocijo y libertad.

Una práctica que no ha sido entendida como fin si no como medio, es decir se entiende para lograr un fin, cuando mejor se pudiera entender como al estado a que todo ser humano puede acceder.¹⁰

4.1 La lúdica y la recreación comunitaria.

La lúdica y la recreación en la comunidad deben ser una estrategia para: detectar necesidades e intereses individuales y grupales, solución de problemas, un medio para la utilización creativa del tiempo, del tiempo libre, un mecanismo para integrar a las personas, formar grupos de acción y participación. En resumen la lúdica y la recreación ayudan al desarrollo y crecimiento individual y colectivo (comunidad) siempre y cuando se den procesos educativos permanentes.

La recreación debe estar vinculada a los intereses y la cultura de un pueblo, irradiar todos los grupos sociales independiente de sus limitaciones o problemáticas, partir de los intereses individuales para llegar a la colectividad y contribuir con ello al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.

4.2 Identidad de la recreación.

La lúdica y la recreación se convierten en un medio para que la comunidad descubra sus valores culturales tales como el canto, el baile, las coplas, la música, los juegos, las costumbres, etc. La recreación debe propiciarle elementos de organización, motivación y animación a las comunidades para que ellas asuman la iniciativa de su propio desarrollo y crecimiento; las instituciones privadas y estatales deben ofrecer apoyo financiero, técnico y logístico cuando la comunidad lo requiere, por lo tanto no deben imponer ni decidir en sus planes.

¹⁰ Centro Integral de Recreación Infante Juvenil.

Cuando una comunidad es la gestora de sus propios programas nace en ella el instinto de pertenencia de sus valores culturales, de su gente, de su hábitat, de sus relaciones; ayudando así a que la recreación comunitaria, tenga su asidero en la colectividad desde donde se planteas múltiples alternativas de solución a sus problemas.

5. PEDAGOGÍA SOCIAL

La Pedagogía Social se enmarca en aquellos procesos educativos y reeducativos que permitan superar la crisis de valores y la pluralización de la sociedad; llegando a comprender que: la calidad de vida es más importante que el nivel de vida, el ser es más importante que el tener, el participar es más importante que el estar desocupado y el crear es más valioso que el consumir, logrando así una nueva realidad que impulse el autodescubrimiento y auto esclarecimiento del hombre activo en la sociedad moderna.

5.1 Importancia de la pedagogía en la recreación infantil.

La pedagogía de la lúdica y la recreación, permite que las personas afronten con más facilidad los retos que la vida les imponen, a través de ellas se desarrolla el pensamiento creativo, se reafirman los valores, se potencializa el espíritu lúdico existente, se desarrolla una mentalidad abierta y positiva que hace sentir la importancia de lo lúdico, la plenitud de lo artístico, la vivencia de lo bello, en definitiva la felicidad que puede sentir todo ser humano ante un bienestar desinteresado.

6. RECREACIÓN INFANTIL Y SUS VALORES.

Un valor es todo aquello que favorece la plena realización del hombre como persona, su realización está ligada a diferentes esferas como la social, cultural, moral, laboral, educativa, económica, política, etc. Por ello existen valores para cada una de dicha esferas, hablamos entonces de valores religiosos, familiares, cívicos, corporativos, institucionales y otros que se pueden imaginar de acuerdo al contexto.¹¹

¹¹¹¹ Inteligencia Emocional. Aplicada a la formación humana y al éxito personal.

6.1 Los valores y el desarrollo social

El hombre y la comunidad son complementos, el individuo con sus necesidades determina la sociedad y esta con sus satisfactores condiciona a los individuos que la forman, por esto una de las formas de promover el desarrollo de la sociedad es a través del desarrollo de las personas que la conforman. "Si crecen como individuos crecerán también como miembros de la sociedad a la que pertenecen.

6.2 Caracteres de los valores

- ❖ Es una cualidad del ser: con ella se hace deseable o estimable por las demás personas o grupos.
- ❖ Cada valor tiene su contrario: la bipolaridad de los valores hacen que exista el positivo y el negativo, al primero se lo denomina valor y al segundo antivalor.
- ❖ Son inspiradores de los juicios: porque existen los valores se realizan juicios de valor, de conductas y de normas.
- ❖ Son históricos: preceden a los grupos o individuos que actúan históricamente.

6.3 Fortalecimiento de la auto estima gracias a la actividad recreativa.

Desde el juego y la recreación se puede lograr la progresión de la autoestima; para ello es necesario:

- Adaptar los juegos a las habilidades y cualidades de la comunidad.
- Alternar el desarrollo de las actividades recreativas de manera tal que cada individuo tenga la oportunidad de demostrar lo que puede hacer y reafirmar su posición dentro del grupo.
- Realizar actividades con el único propósito de que cada persona descubra sus capacidades, habilidades, aptitudes, preferencias y gustos.
- Procurar que en el desarrollo de las actividades recreativas cada participante se sienta protagonista de su propio acto lúdico.

E. MATERIALES Y METODOS

METODOS

Los métodos que se aplicaron para el desarrollo del presente proyecto de inversión fueron los siguientes:

Histórico: Organizó el análisis y la interpretación de acontecimientos pasados, como base para interpretar y deducir soluciones a problemas presentes y futuros. Este método permitió examinar el comportamiento de mercado histórico de la oferta y la demanda del centro de recreación infantil.

Método científico.- Este método tiene inmerso consigo una serie de actividades y procedimientos sistematizados, que se utilizaron para llegar a la verdad sobre la recreación infantil en la ciudad de Loja, el método científico se fundamenta especialmente en las teorías experimentales, la verificación lógica, la creatividad y tomar diversas decisiones metodológicas, con datos flexibles a su comprobación de manera consecutiva en la práctica y se ajustó a la comprensión, haciendo relación con la realidad.

Método inductivo.- Este método fue utilizado para desarrollar el trabajo investigativo, para obtener la factibilidad del proyecto.

Método analítico.- Lo utilicé para interpretar los resultados obtenidos en el estudio de mercado, los contenidos teóricos-prácticos en la formulación y evaluación del proyecto, lo cual me permitirá procesar adecuadamente la información obtenida en el trabajo de campo y llegar a deducir las conclusiones y recomendaciones.

TÉCNICAS

Las técnicas que se utilizaron fueron las siguientes:

Observación

La observación directa que se llevó a cabo durante el desarrollo del trabajo fue a los centros de recreación infantil en la ciudad, con el propósito de poder realizar un profundo análisis de nuestros posibles competidores.

Encuestas

Se aplicó un cuestionario de preguntas, las mismas que fueron aplicadas a la población del Cantón Loja, mediante esta información se procedió a determinar la demanda y oferta de servicios.

Consultas bibliográficas

Servirá para respaldar el marco teórico del proyecto, a través de la recolección de la información en folletos, tesis, documentales y páginas virtuales.

Población objetivo

El segmento al que se aplicará la investigación son los niños(a) de la población urbana de la ciudad de Loja.

Calculo de la muestra

Para obtener el tamaño de la muestra se tomó en consideración la población urbana infantil del cantón Loja, comprendida entre las edades de 3 a 12 años. Según el INEC la población infantil del cantón Loja es de 49900 niños en el año 2011.

En la determinación del tamaño de la muestra se aplicó la siguiente formula:

$$n = \frac{N}{1 + e^2 \times N}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Población infantil de Loja.

e = Margen de error.

Desarrollo de la fórmula de la muestra:

$$n = \frac{49.900}{1 + (0.05)^2 \times 49.900}$$

$$n = \frac{49.900}{125.75}$$

$$n = 397$$

Una vez desarrollada la fórmula de la muestra aleatoria simple se aplicó las encuestas a 397 personas de la ciudad de Loja, que asegura que cada elemento de la población tendrá una probabilidad de ser incluido en la muestra.

RECURSOS MATERIAL

Útiles de oficina:

- ❖ Esferos
- ❖ Cuaderno
- ❖ Carpetas
- ❖ Flash memory
- ❖ CD's
- ❖ Papal boom
- ❖ Lapis

Equipo de computación:

- ❖ Una laptop
- ❖ Una calculadora
- ❖ Una impresora

F RESULTADOS

ESTUDIO DEMERCADO

Se considera como mercado, el lugar donde oferentes y demandantes realizan actos de transferencia de bienes o servicios, por ello se analizan los factores que intervienen en el mismo tomando en cuenta la información de los datos secundarios, obtenidos de diferentes fuentes como son archivos, estadísticas, revistas, etc., y los datos primarios a través de la observación directa, entrevistas y encuestas aplicadas a los actuantes en la zona de influencia del estudio.

El factor más crítico en la elaboración de un proyecto de inversiones es la determinación precisa del mercado, esto obedece a diferentes factores, aquí se define la cuantía de la demanda como la oferta para poder cubrir cierta cantidad del mercado demandante, sin embargo el estudio va más allá hacia la situación futura, especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategias comerciales, aspectos que a veces se puede considerar secundarios como las inversiones para fortalecer la imagen del producto y la empresa, políticas de crédito, etc.

Para delimitar el estudio de mercado se parte de la determinación del área de influencia donde se aplicó la encuesta para establecer la demanda y oferta, precios y estrategias comerciales, información que permite identificar la acción de localizar la Empresa, la disponibilidad de la infraestructura de obra, etc.

Para establecer la demanda del servicio se tomó en cuenta el número de niños(as) que es de 49900 comprendidas en las edades de 3 a 12 años que habitan en la zona urbana de la ciudad de Loja.

TABULACIÓN, ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS REPRESENTANTES DE LOS NIÑOS(AS) DE LAS PARROQUIAS URBANAS DEL CANTÓN LOJA.

Comprende toda la información necesaria y real que se obtuvo, mediante la aplicación de las encuestas a la población infantil urbana del Cantón Loja, la misma que nos sirvió para realizar el diagnóstico del presente proyecto.

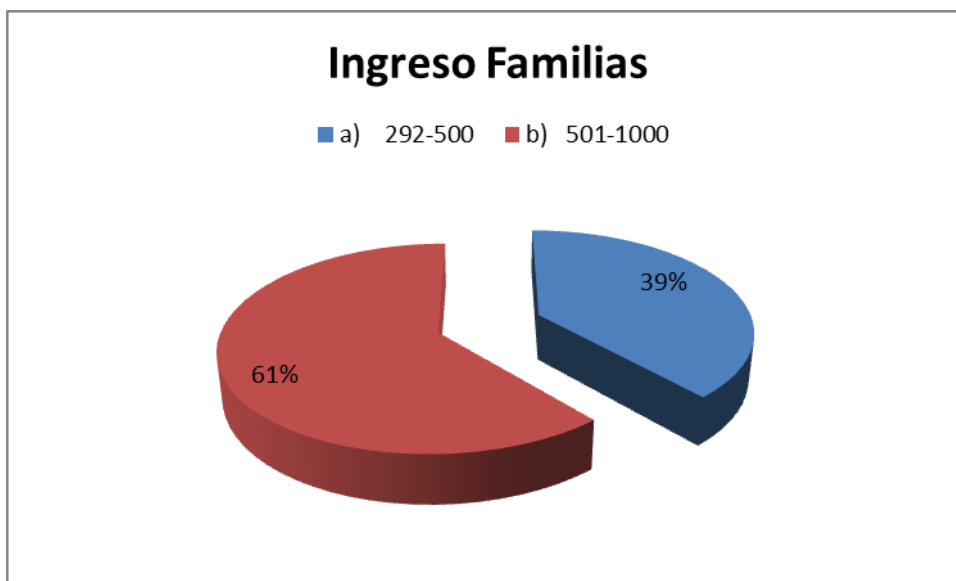
1.Cuál es su ingreso familiar mensual?

CUADRO N° 1

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) 292-500	153	38%
b) 501-1000	244	62%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado: El Autor

GRAFICA N° 1



De las 397 personas encuestadas el 39% manifiestan que su ingreso familiar mensual es de \$292-500, y el 61% es de \$501-1000. Para una mejor segmentación del mercado se toma en consideración los ingresos de las familias que superen los \$500.00, con una frecuencia de 244

2. Acostumbra usted llevar a recrear a sus niños(as).

CUADRO N° 2

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	211	86%
NO	33	14%
TOTAL	244	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado: El Autor

GRAFICA N° 2



De las personas encuestadas el 86% acostumbra llevar a recrear a sus niños(as) y el 14% no lo hacen.

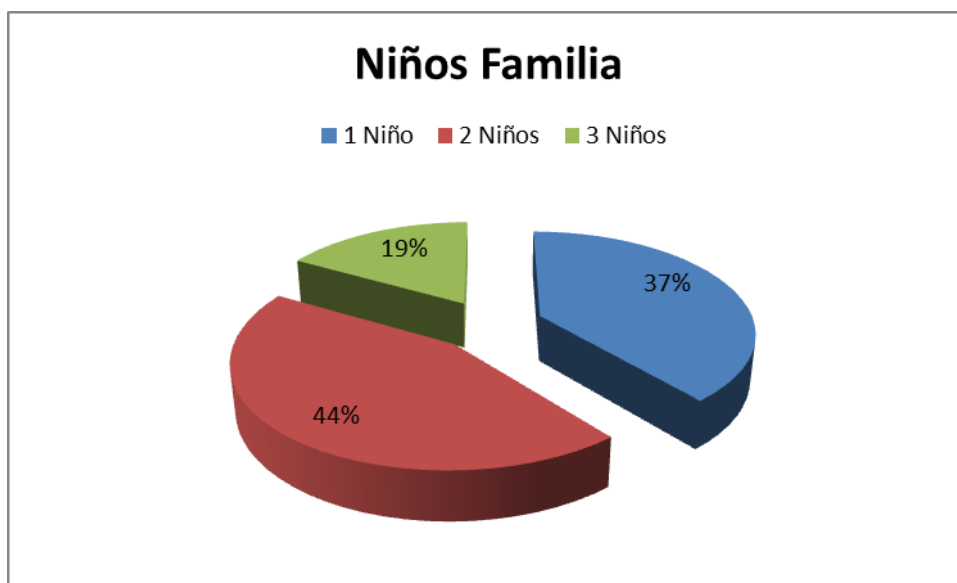
3. Con cuántos niños menores a 12 años cuenta su familia.

CUADRO N° 3

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 Niño	79	37.44%
2 Niños	93	44.08%
3 Niños	39	18.48%
TOTAL	211	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado: El Autor

GRAFICA N° 3



De acuerdo a la información recolectada a través de la encuesta el 37% tienen un niño en sus hogares, 44% lo integran 2 niños y el 19% de las personas encuestadas manifiestan que lo integran 3 niños menores de 12 años.

CUADRO N° 3.1

FRECUENCIA	PROMEDIO NIÑOS FAMILIAS	
79	1	79
93	2	186
39	3	117
TOTAL		382

Fuente: Encuesta
Elaborado: El Autor

$$X = \frac{\Sigma s/\text{niño}}{\Sigma \text{frecuencia}}$$
$$x = \frac{382}{211}$$
$$x = 1,81$$

Una vez desarrollada la fórmula la misma que nos representa un promedio de 2 niños menores de 12 años que integran las familias.

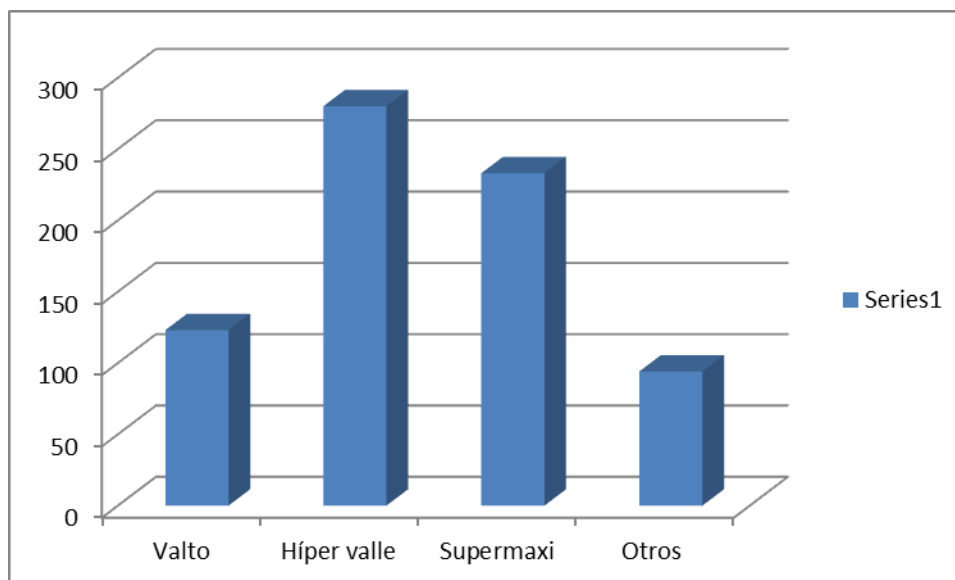
4. ¿Cuáles son los centros de recreación infantil privados que usted conoce?

CUADRO N° 4

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Valto	123	43,46%
Híper valle	280	98.94%
Supermaxi	233	82.33%
Otros	94	33.22

Fuente: Encuesta
Elaborado: El Autor

GRAFICA N° 4



INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la información procesada, el 98.94% de los encuestados manifestaron que conocen el centro de recreación infantil del Hiper valle, 82.33% supermaxi, 43.46% Vallto y un 33.22% conocen otros centros de recreación infantil.

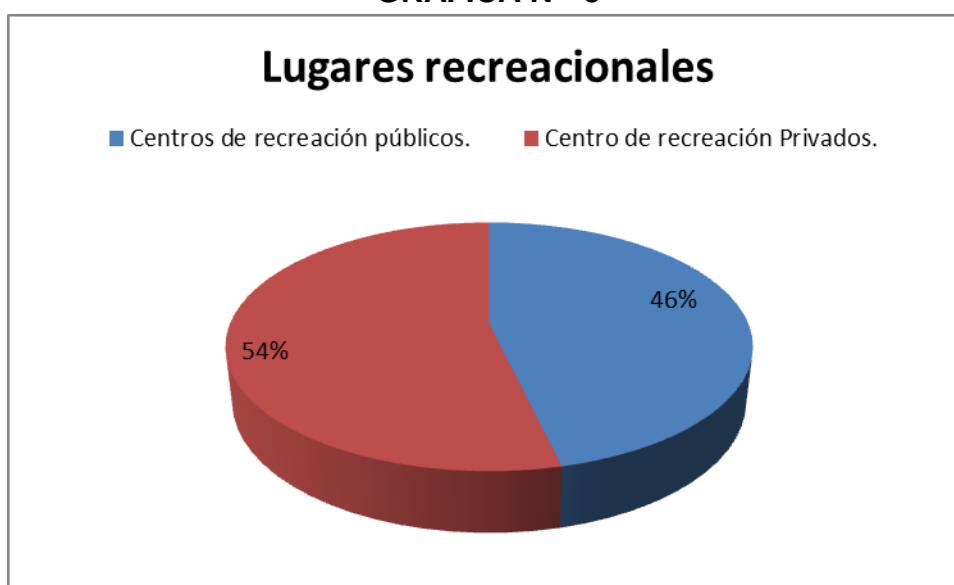
5. Donde acostumbra usted llevar a hacer recrear a sus niños(as).

CUADRO N° 5

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centros de recreación públicos.	97	46%
Centro de recreación Privados.	114	54%
TOTAL	211	100%

Fuente: Encuesta.
Elaborado: El Autor

GRAFICA N ° 5



INTERPRETACIÓN.

Según las encuestas realizadas a los representantes de los niños(as) me informaron que 54% visitan los centros de recreación infantil de carácter privado y el 46% manifestaron que visitan los centros de recreación públicos.

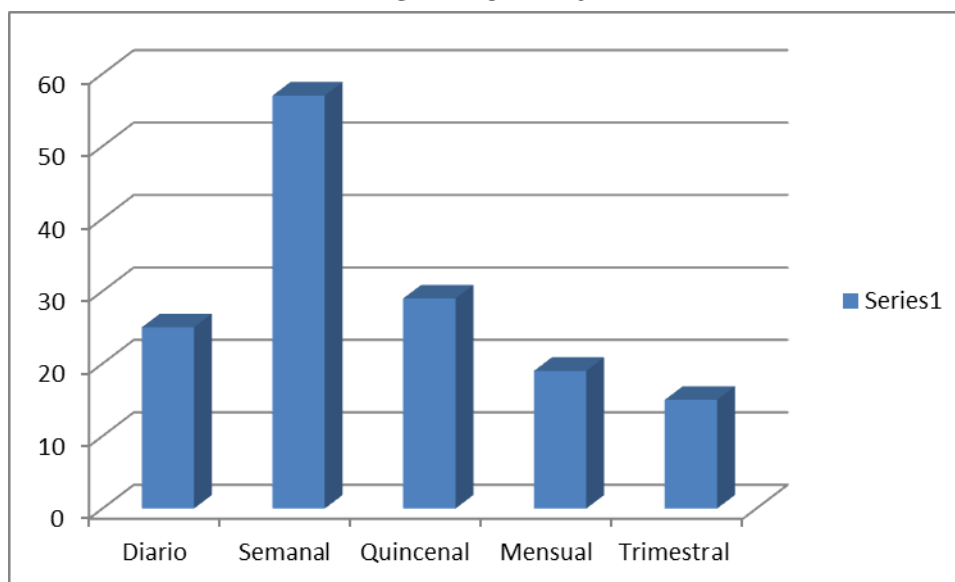
6. Señale con una X los aspectos que usted considera al momento de visitar los centros de recreación infantil privados.

CUADRO N° 6

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	76	40%
Precio	155	82%
Seguridad	33	17%
Instalaciones	47	25%
Ubicación Geográfica	44	23%

Fuente: Encuesta.
Elaborado: El Autor.

GRAFICA N° 6



INTERPRETACIÓN.

El 82% de las personas encuestadas toman en consideración el precio para visitar los centros de recreación privados, el 40% toman en consideración la calidad del centro de recreación infantil, el 25% consideran las instalaciones, el 23% piensan en la ubicación geográfica y un 17% toman en consideración la seguridad que brinde el centro de recreación infantil.

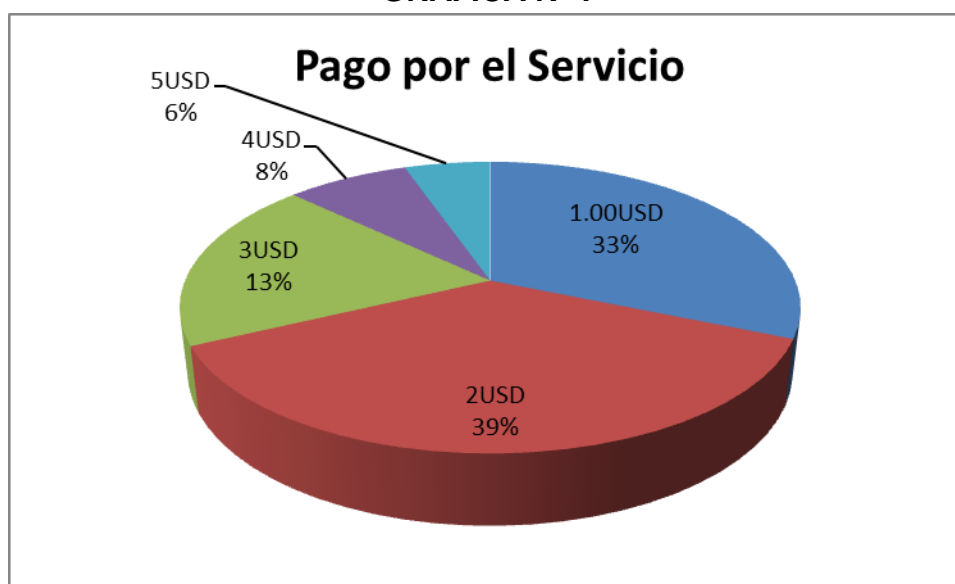
7. Cuánto paga Ud. Por hacer uso de los servicios de recreación infantil privados.

CUADRO N° 7

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1.00USD	38	33%
2USD	45	39%
3USD	15	13%
4USD	9	8%
Más de 4USD	7	6%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta.
Elaborado: El Autor.

GRAFICA N° 7



INTERPRETACIÓN

Mediante la información obtenida a través de la encuesta el 33% paga 0,25Ctv-1.00 USD, el 39% cancela 1-2USD, el 13% paga de 2-3USD, el 8% pagan de 3.00-4.00USD y un 6% pagan más de 4.00USD.

CUADRO N° 7.1

FRECUENCIA	PAGO POR EL SERVICIO	
38	1 USD	38
45	2 USD	90
15	3 USD	45
9	4 USD	36
7	5 USD	35
TOTAL		244

Fuente: Encuesta.
Elaborado: El Autor.

$$X = \frac{\Sigma P/S}{\Sigma \text{frecuencia}}$$
$$x = \frac{244}{114}$$
$$x = \$2$$

Una vez desarrollada la fórmula la misma que nos representa un promedio de pago de los clientes que usan los servicios de recreación privados.

8. A qué hora del día es de su preferencia para visitar los centros de recreación infantil.

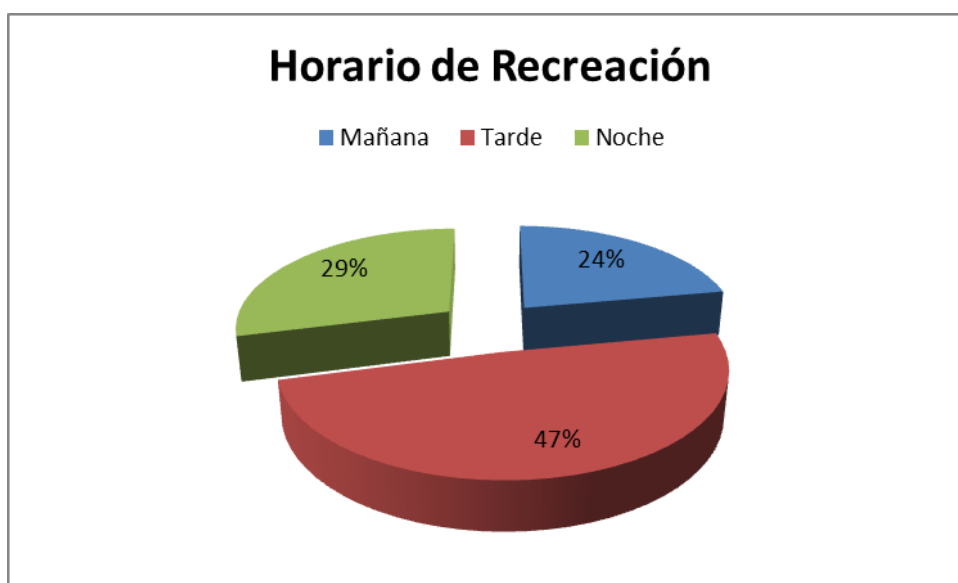
CUADRO N° 8

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mañana	27	24%
Tarde	54	47%
Noche	33	29%
TOTAL	114	100%

Fuente: Las encuestas.

Elaborado: El Autor.

GRAFICA N° 8



INTERPRETACIÓN

A través de la encuesta aplicada a los representantes de los niños(as) de la población urbana del Cantón Loja, manifiestan que el 47% visitan los centros de recreación infantil en la tarde, el 24% lo realizan en horas de la mañana y el 29% lo hacen en la noche.

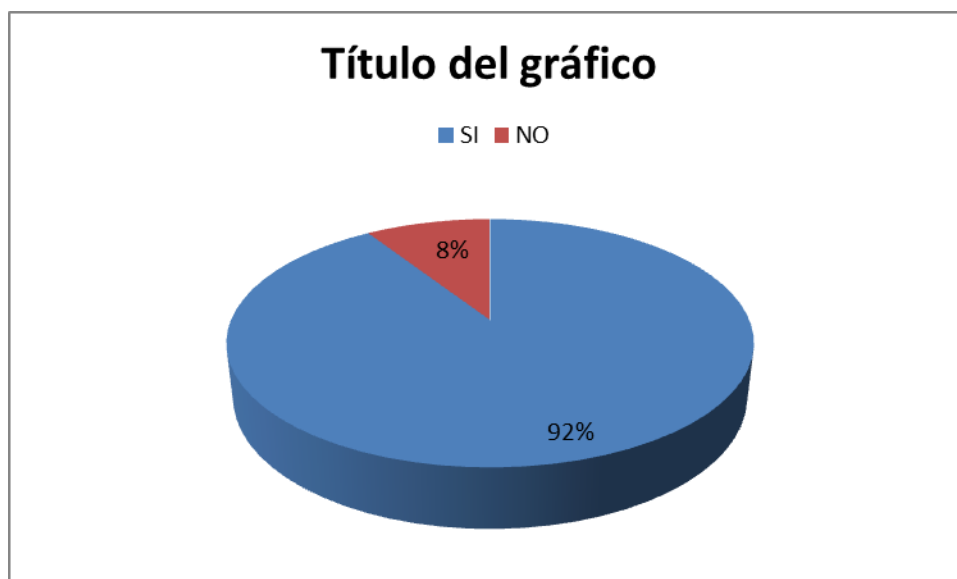
9. Si se implementara una empresa de servicio de recreación infantil en la ciudad de Loja, estaría usted dispuesto(a) a llevar a sus niños a hacer uso de este servicio.

CUADRO N° 9

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	105	92%
NO	9	8%
TOTAL	114	100%

Fuente: Las encuestas.
Elaborado: El Autor.

GRAFICA N° 9



INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta realizada a los representantes de los niños(as) de la población urbana del cantón Loja, el 92% de las personas estarían dispuestos a visitar el nuevo servicio de recreación infantil y el 8% manifiestan que no están dispuestos a usar nuestro servicio.

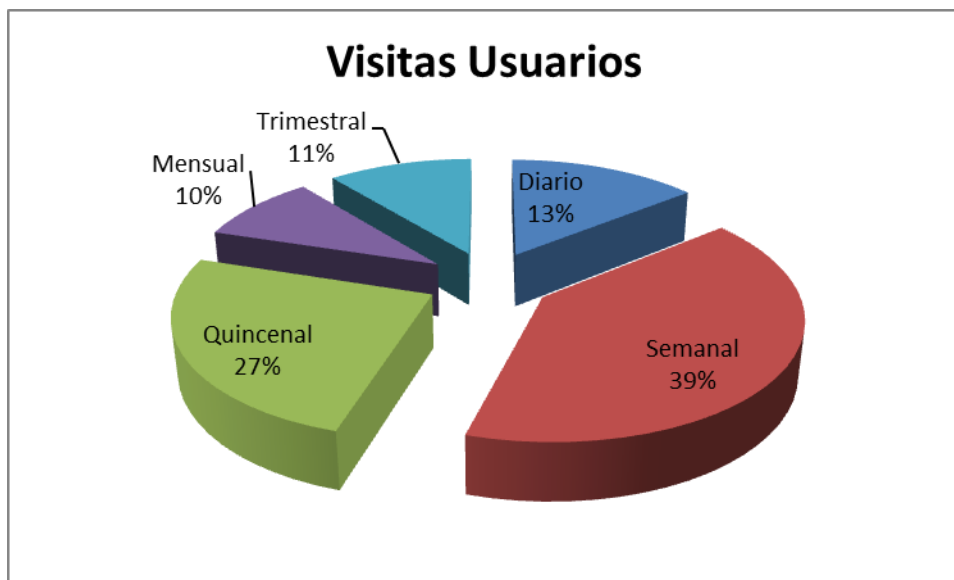
10. Con que frecuencia estaría usted dispuesto(a) a ser uso de este servicio.

CUADRO N° 10

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	14	13%
Semanal	41	39%
Quincenal	28	27%
Mensual	10	10%
Trimestral	12	11%
TOTAL	105	100%

Fuente: Las encuestas.
Elaborado: El Autor.

GRAFICA N° 10



INTERPRETACIÓN

El 39% de las personas encuestadas manifiestan que harán uso de nuestro servicio semanalmente, el 27% visitaran quincenalmente, el 10% lo harán mensualmente, un 11% trimestralmente y 13% de los encuestados manifiestan que lo harían a diario.

CUADRO N° 10.1

FRECUENCIA	SERVICIO USUARIOS/ AÑO	
14	260	3640
41	52	2132
28	24	672
10	12	120
12	4	48
TOTAL		6612

Fuente: Encuesta.

Elaborado: El Autor.

$$X = \frac{\Sigma s/\text{año}}{\Sigma \text{frecuencia}}$$
$$x = \frac{6612}{105}$$
$$x = 63$$

Una vez desarrollada la formula la misma que nos representa un porcentaje de usuarios que visitarían anualmente nuestras instalaciones de juegos recreativos infantiles.

11. Si se implementaría esta empresa de recreación infantil, donde le gustaría que este ubicada.

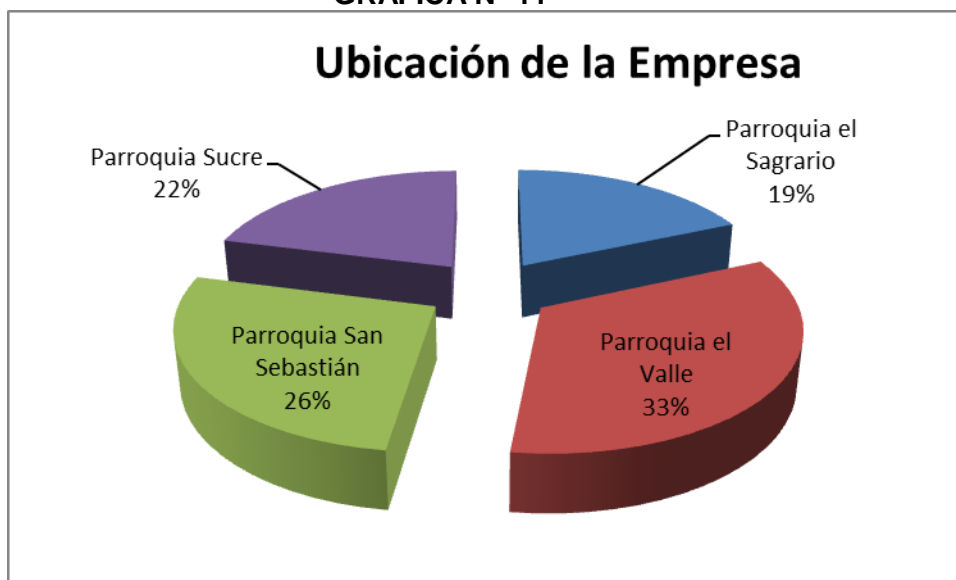
CUADRO N° 11

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Parroquia el Sagrario	20	19%
Parroquia el Valle	35	33%
Parroquia San Sebastián	27	26%
Parroquia Sucre	23	22%
TOTAL	105	100%

Fuente: Las encuestas.

Elaborado: El Autor.

GRAFICA N° 11



INTERPRETACIÓN.

El 33% de las personas encuestadas manifiestan que la nueva empresa preste sus servicios en la parroquia del Valle, el 19% revelan que lo haga en la parroquia el Sagrario, un 26% en la parroquia de San Sebastián y un 22% de las personas encuestadas prefieren que sea en la Parroquia Sucre.

12. Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por este servicio.

CUADRO N° 12

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 USD	35	33%
2 USD	40	38%
3 USD	13	12%
4 USD	11	10%
5 USD	6	6%
TOTAL	105	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado: El Autor.

CADRADO N° 12.1

FRECUENCIA	PAGO POR EL SERVICIO	
35	1 USD	35
40	2 USD	80
13	3 USD	39
11	4 USD	44
6	5 USD	30
TOTAL		228

Fuente: Encuesta.

Elaborado: El Autor.

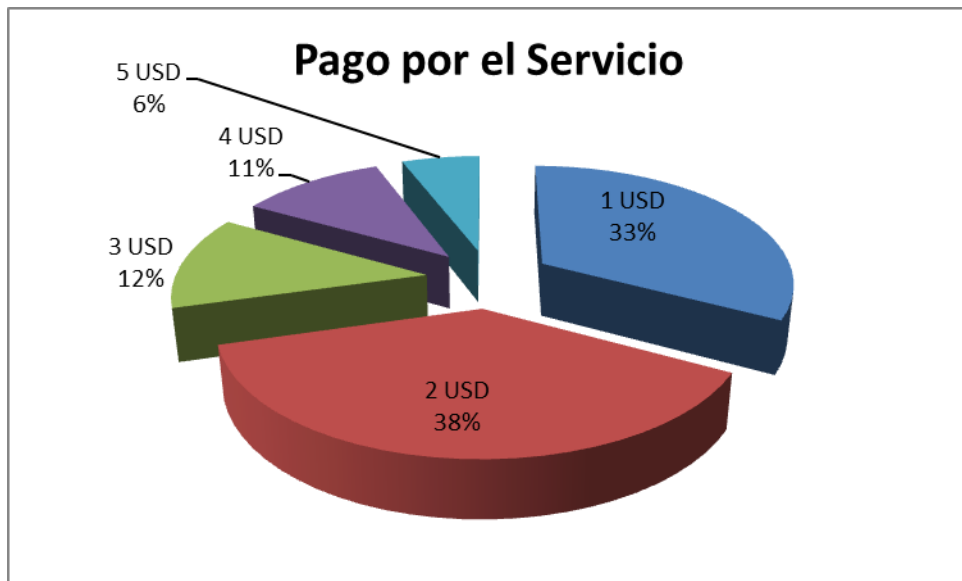
$$X = \frac{\Sigma P/S}{\Sigma \text{frecuencia}}$$

$$x = \frac{228}{105}$$

$$x = \$2.17$$

Una vez desarrollada la fórmula la misma que nos representa un promedio de pago de los posibles clientes.

GRAFICA N° 12



INTERPRETACIÓN

De acuerdo con los datos obtenidos de las personas encuestadas el 33% manifiestan que están dispuestas a pagar por el servicio un valor de \$1, el 32% están decididos a contribuir \$2, el 12% pretenden gastar \$3, el 11% desean pagar \$4 y el 6% de las personas encuestadas están predisuestas a cancelar \$5.00.

13. Cuantos servicios (juegos) estaría usted dispuesto a pagar para que sus hijos realicen actividad recreativa.

CUADRO N° 13

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a)	17	16%
b)	29	28%
c)	34	32%
d)	17	16%
e)	8	8%
TOTAL	105	100%

Fuente: Las encuestas.
Elaborado: El Autor.

GRAFICA N° 13



INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las personas encuestadas el 33% manifiestan que sus hijos realizaran 1-2 servicios, 47% declaran que sus niños efectuaran 3-4 servicios por visita y de igual manera el 20% restante realizan de 5-6 juegos o servicios.

CADRADO N° 13.1

FRECUENCIA	PROMEDIO SERVICIO	
17	2	34
29	3	87
34	4	136
17	5	85
8	6	48
TOTAL		390

Fuente: Encuesta.

Elaborado: El Autor.

$$X = \frac{\Sigma P/S}{\Sigma \text{frecuencia}}$$

$$x = \frac{390}{105}$$

$$x = 4$$

Se estima que cada cliente realice cuatro servicios o juegos por visita al centro de recreación infantil.

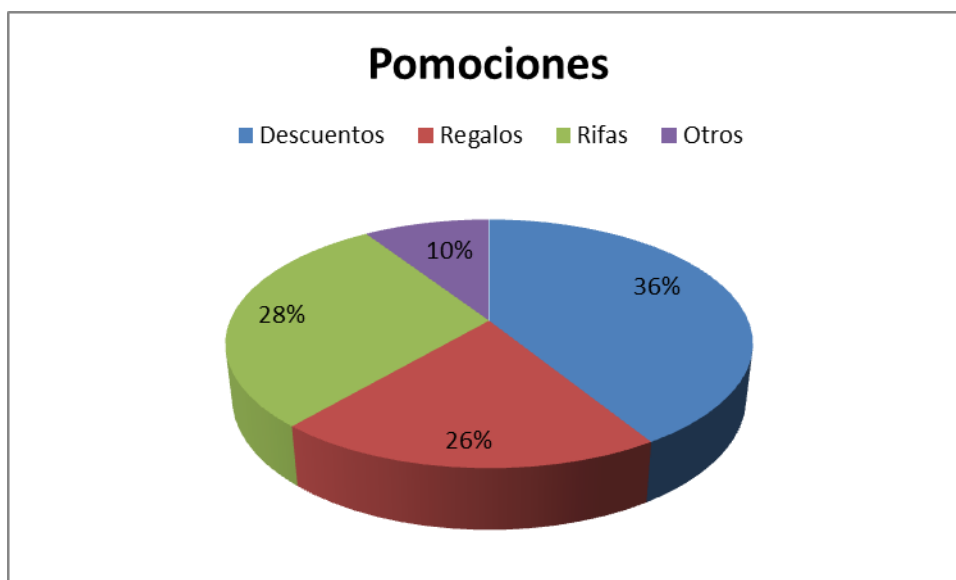
14. Qué tipo de promoción le gustaría que le ofrezca la nueva empresa de recreación infantil.

CUADRO N° 14

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos	38	36%
Regalos	27	26%
Rifas	29	28%
Otros	11	10%
TOTAL	105	100%

Fuente: Las encuestas.
Elaborado: El Autor.

GRAFICA N°14



INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la encuesta aplicada a los representantes de los niños lojanos prefieren promociones como: los descuentos en un 36%, el 26% prefieren los regalos como un tipo de promoción, mientras que un 28% eligen que se realicen rifas y en un 10% de los encuestados prefieren otras alternativas de promoción como entradas gratis.

15. A través de qué medios de comunicación le gustaría informarse sobre la existencia de un nuevo centro de recreación infantil.

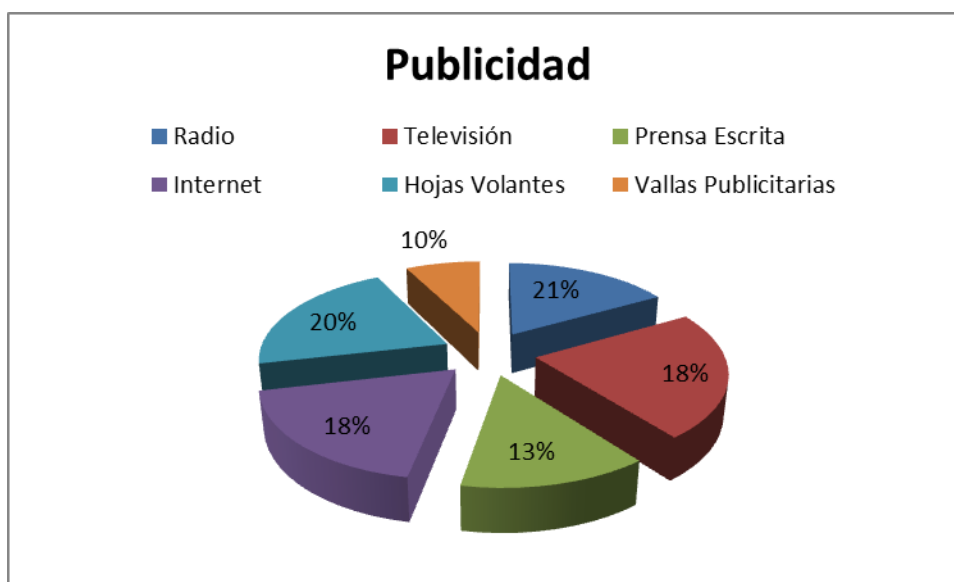
CUADRO N° 15

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	22	21%
Televisión	19	18%
Prensa Escrita	14	13%
Internet	19	18%
Hojas Volantes	21	20%
Vallas Publicitarias	10	10%
TOTAL	105	100%

Fuente: Las encuestas.

Elaborado: El Autor.

GRAFICA N° 15



INTERPRETACIÓN

El 21% de las personas encuestadas prefieren la radio como medio publicitario, el 21% eligen la televisión como medio de comunicación publicitario, el 13% escogen la prensa escrita, un 18% eligen el internet, 20% prefieren las hojas volantes y el 10% prefieren que se lo realice por medio de vallas publicitarias.

G. DISCUSIÓN

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

DEMANDA TOTAL = 244

CUADRO N° 16

INGRESO MENSUAL FAMILIAS(AS)	FECUEN CIA MUEST RAL	FRECUE N CIA POBLACIO NAL	%
a) 92-500	153	18962	38 %
b) 01-1000	244	30938	62 %
TOTAL	397	49900	100 %

Fuente: Cuadro N° 1
Elaborado: El Autor.

INTERPRETACIÓN

Este cuadro se elaboró tomando como fuente el cuadro # 1 que me ayudo a determinar la DEMANDA TOTAL con una muestra poblacional que es de 397 niños(as) de una población total de 49900 niños(as) comprendidos entre las edades de 3 a 12 años que habitan en la parte urbana del cantón Loja que equivale al 100%, se realizó una segmentación de mercado tomando en consideración los ingresos de las familias que superen los \$500.00 mensuales. Para determinar la **DEMANDA TOTAL** primeramente se calculó el porcentaje de la variable A y B de la primera pregunta de la encuesta realizada a los representantes de los niños de la ciudad de Loja, este porcentaje se calculó realizando la regla de tres multiplicado por la sumatoria de la variable B que es de 244×100 y dividido para 397 que me da un porcentaje de 62% y con el mismo procedimiento se calculó la variable A. Con esta operación se pudo obtener la demanda total que es de 244 personas que nos representa que sus ingresos superan los \$500.00

DEMANDA REAL = 211

CUADRO N° 17

RECREA A SUS NIÑOS	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA POBLACIONAL	%
SI	211	26607	86%
NO	33	4331	14%
TOTAL	244	30938	100%

Fuente: Cuadro N°2,15
Elaborado: El Autor.

Para determinar la demanda real de las personas que acostumbran a recrear sus infantes fue necesario tomar como base los datos de la demanda potencial de la tabla # 15 así como también el resultado de la tabla N°2 extraído de las encuestas aplicadas a los representantes de los niños de la Urbe.

Para determinar la **DEMANDA REAL** primeramente se calculó el porcentaje de la variable de SI y NO de la segunda pregunta de la encuesta realizada a los representantes de los niños de la ciudad de Loja, este porcentaje se calculó realizando la regla de tres multiplicado por la sumatoria de la variable SI que es de 211 x100 y dividido para 244 que me da un porcentaje de 86%.

DEMANDA EFECTIVA = 105 personas de la muestra equivalente a 13219 personas de la población total de estudio.

CUADRO N° 18

USARIA EL SERVICIO	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA POBLACIONAL	%
SI	105	13219	92%
NO	9	1149	8%
TOTAL	114	14368	100%

Fuente: Cuadro N° 9

Elaborado: El Autor.

Para determinar la DEMANDA EFECTIVA se tomó como fuente el cuadro número 9 de las encuestas realizadas a los padres de familia de los niños de la urbe Loja, esto nos ayudó a determinar quienes están dispuestos hacer uso de los servicios de recreación infantil.

Para determinar la DEMANDA EFECTIVA primeramente se calculó el porcentaje de la variable SI de la TABLA # 9 pregunta de la encuesta realizada a los representantes de los niños de la ciudad de Loja, este porcentaje se calculó realizando la regla de tres multiplicado por la sumatoria de la variable SI que es de 105x100 y dividido para 114 que da un porcentaje de 92% y con el mismo procedimiento se calculó la variable NO. Con esta operación se pudo obtener la demanda efectiva que es de 105 personas que harían uso de nuestro servicio de recreación infantil en la ciudad de Loja.

De la misma manera se procedió a sacar un promedio de las personas que visitarían las instalaciones de la nueva empresa de recreación infantil donde se tomó en cuenta los datos de la tabla N° 10.1 sobre el promedio que se obtendrá de visitas al año. Este promedio se calculó realizando una multiplicación de la frecuencia total de la demanda efectiva que es de 13219 niños por el promedio de 63 que representa las veces que visitarían la empresa las personas de la muestra al año, dándonos un resultado de 832797 visitas al año.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POBLACIONAL

CUADRO N° 19

Años	Población 2.27%
0	49900
1	51033
2	52191
3	53376
4	54588
5	55827

Fuente: INEC.
Elaborado: El Autor.

PROYECCION DE LA DEMANDA

CUADRO N° 20

POBLACIÓN PROYECTADA	Demanda Total 62%	Demanda Real 86%	Demanda Efectiva 92%
49900	30938	26607	13219
51033	31640	27211	13519
52191	32358	27829	13826
53376	33093	28461	14140
54588	33844	29107	14461
55827	34612	29768	14789

Fuente: Cuadro N° 16,17,18
Elaborado: El Autor.

PROYECCIÓN DEMANDA TOTAL CON EL PROMEDIO DEL SERVICIO.

CUADRO N° 21

ANOS	DEMANDA TOTAL	PROMEDIO	PROMEDIO SERVICIO
0	30938	63	1949094
1	31640	63	1993320
2	32358	63	2038554
3	33093	63	2084859
4	33844	63	2132172
5	34612	63	2180556

Fuente: Cuadro N° 20, 10.1
Elaborado: El Autor.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA REAL CON EL PROMEDIO DEL SERVICIO.

CUADRO N° 22

AÑO	DEMANDA REAL	PROMEDIO	PROMEDIO SERVICIO
0	26607	63	1676241
1	27211	63	1714293
2	27829	63	1753227
3	28461	63	5379129
4	29107	63	1833741
5	29768	63	1875384

Fuente: Cuadro N° 20,10.1

Elaborado: El Autor.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA CON EL PROMEDIO DEL SERVICIO.

CUADRO N° 23

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	PROMEDIO	PROMEDIO SERVICIO
0	13219	63	832797
1	13519	63	851697
2	13826	63	871038
3	14140	63	890820
4	14461	63	911043
5	14789	63	931707

Fuente: Cuadro N° 20, 10.1

Elaborado: El Autor.

ANALISIS DE LA OFERTA

La oferta se define como la cantidad de servicios que los prestatarios están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas, en un determinado momento.

así mismo nos representa cuales son las oportunidades y amenazas que puedan afectar o favorecer a las empresas de servicios de Recreación Infantil.

Para determinar las empresas que se dedican a prestar los servicios de recreación infantil se investigó en las páginas amarillas y conocimiento de los usuarios con lo cual se pudo determinar que existen varios centros de entretenimiento infantil en la ciudad, de los cuales se identificaron los más importantes que son 3 Centros de Recreación Infantil, entre ellos tenemos las siguientes:

- ❖ CENTRO DE RECREACION VALTO
- ❖ CENTRO DE RECREACION HIPER VALLE
- ❖ CENTRO DE RECREACIÓN SUPERMAXI

Los servicios que estas empresas prestan a la colectividad Infantil de acuerdo a una entrevista directa que se aplicó son los que se muestran en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 24

INSTITUCIONES DE RECREACIÓN INFANTIL	
CENTRO DE RECREACIÓN VALTO	<ul style="list-style-type: none">➤ Juegos electrónicos➤ Juegos mecánicos➤ Juegos intelectuales
CENTRO DE RECREACIÓN HIPERVALLE	<ul style="list-style-type: none">➤ Juegos Inflables➤ Juegos mecánicos➤ Servicio de Comidas Rápidas
CENTRO DE RECREACIÓN SUPERMAXI	<ul style="list-style-type: none">➤ Juego Mecánico➤ Juego Inflables

Fuente: Empresas de Recreación Infantil
Elaborado: El Autor

De la misma manera se manifestó que los servicios brindados han tenido una buena acogida, ya que van dirigidos hacia la población infantil urbana del cantón Loja, al preguntarles del tiempo en que ellos prestan sus servicios tenemos que gran parte de los negocios lo hacen diariamente y semanalmente.

Para determinar la oferta de los servicios se preguntó sobre cuantas personas hacen uso de los centros de recreación infantil semanalmente, con lo cual se puede obtener lo siguiente:

SERVICIO RECREACIÓN INFANTIL ANUAL.

CUADRO N° 25

EMPRESAS	SERVICIOS SEMANAL	SERVICIOS ANUAL (52 Semanas)
CENTRO DE RECREACIÓN VALTO	2800	145600
CENTRO DE RECREACIÓN HIPERVALLE	2500	130000
CENTRO DE RECREACIÓN SUPERMAXI	2200	114400
TOTAL SERVICIOS		390000

Fuente: Empresas de Recreación Infantil
Elaborado: El Autor

DEMANDA INSATISFECHA

Una vez conocida la oferta y la demanda se está en condiciones de determinar si los requerimientos de los servicios están siendo cubiertos por las empresas que se dedican a la recreación infantil, sin embargo existe demanda insatisfecha.

DI= Demanda Efectiva- oferta

CUADRO N° 26

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	832797	390000	442797

Fuente: Cuadro N° 23,25

Elaborado: El Autor

Una vez desarrollada la formula la demanda Insatisfecha para el año cero es de 442797 servicios.

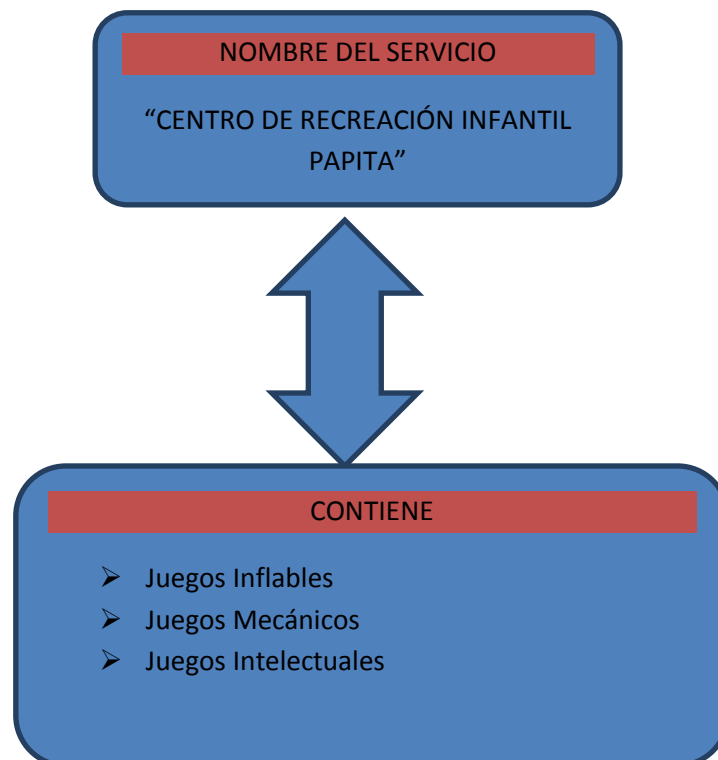
PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Es importante considerar en el proyecto, las variables del marketing como el producto, precio, plaza y promoción que son herramientas indispensables para una eficiente comercialización de un servicio o producto.

❖ PRODUCTO

Es la descripción pormenorizada del servicio que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del usuario, destacando sus características principales.

El concepto del negocio es ofrecer el servicio de recreación infantil mediante juegos inflables, mecánicos, intelectuales, brindando una amplia variedad de juegos recreacionales con un personal capacitado.



❖ PRECIO

El precio hace referencia a una cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio.

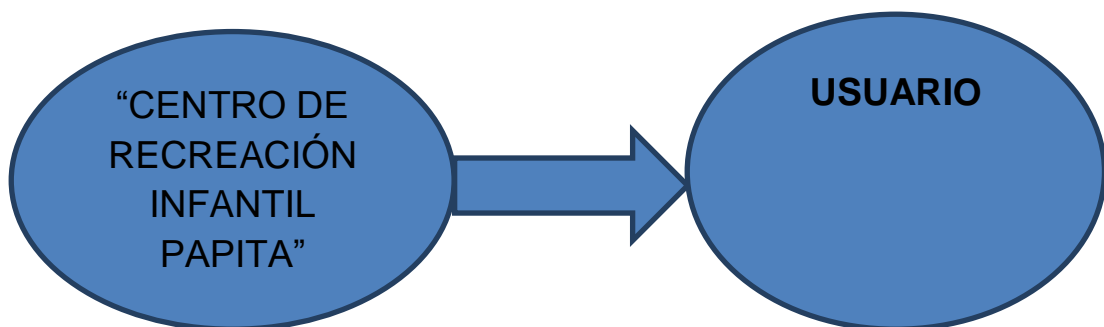
Conocer el precio es importante porque se constituye en la base para calcular los ingresos futuros. La fijación de precios de nuestro servicio será establecida tomando en cuenta los precios de la competencia y los recursos que serán necesarios para la creación de la empresa de recreacional infantil.

❖ PLAZA

El estudio de la plaza es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.

Esta empresa prestara sus servicios de recreación infantil en el Cantón Loja, Parroquia el Valle, en la AV: Salvador Bustamante Celi y Santa Rosa, bajo el hostel el Valle.

Este empresa comercializara sus servicios utilizando el canal de distribución de nivel cero o directo, es decir los clientes de la demanda efectiva los niños(as) comprendidas entre las edades de 3 a 12 años de la parte Urbana del Cantón Loja, se acercaran a la empresa para hacer uso del servicio y se representara de la siguiente manera



❖ **PROMOCIÓN**

La promoción es la herramienta fundamental para vender, por ello se convierte en el aspecto que más inversión requiere, consiste en llevar al producto a los futuros clientes, con la finalidad de persuadirlo, para que dé preferencia por los productos del medio puestos al mercado.

La mecánica operativa de la promoción contendrá como mínimo lo siguiente:

- Se realizará la colocación de vallas publicitaria, en lugares estratégicos en las parroquias urbanas del cantón Loja, además de entregar objetos publicitarios como calendarios, llaveros, gorras, etc.
- La publicidad contendrá un mensaje que resalte los beneficios de los productos y se utilizará en los diferentes medios de comunicación colectiva como son: los impresos a través de afiches, hojas volantes, revistas, almanaques, letreros y periódicos; y la radio en horarios especiales de los noticieros de mayor sintonía.
- Programar una estrategia comercial que contenga: un listado de clientes, capacitar al personal de atención al cliente con conocimientos plenos del producto promoción y atención al cliente, el argumento publicitario tendrá que motivar a despertar la necesidad.
- El personal de atención al cliente debe aplicar la técnica AIDA (atención, interés, deseo y acción) y esto significa que deben: lograr la atención de los clientes a través de un buen trato, halago, simpatía, y confianza. Despertar el interés en el cliente. Crear el deseo de compra a través de la presentación del producto, charlas y uso de los medios impresos.

ATRIBUTOS DEL SERVICIO

Tratándose de un servicio que se brindará a la niñez lojana, se analizará la calidad del servicio.

El Centro de Recreación Infantil es una instalación de titularidad privada consistente en un área delimitada y una serie de elementos de juego, destinada a niños.

Este Centro de Recreación Infantil está sometido a una serie de medidas de seguridad tanto en las instalaciones (situación, accesibilidad y uso, elementos

auxiliares, señalización), como en los equipos o elementos de juego (balancines, columpios, toboganes, etc.

Según la normativa, los Centros de Recreación Infantiles son “los espacios que contengan equipamiento destinado específicamente para el juego de menores y que no sean objeto de una regulación específica

CLIENTES

Los clientes del Centro de Recreación Infantil, son aquellos demandantes efectivos los niños(as) comprendidas entre las edades de 3 a 12 años, del Cantón Loja de las parroquias Urbanas, los mismos que están dispuestos a adquirir el servicio y tiene la capacidad de pago para hacer uso de nuestro servicio.

LOGOTIPO



SLOGAN

TU SIEMPRE EL MEJOR

ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se analiza elementos que tiene que ver con la ingeniería básica del servicio y proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos sus requerimientos para hacerlo funcional.

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO

En este elemento del estudio técnico se cuantifica la capacidad de producción y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo de la empresa de recreación infantil, por ello se va a tomar en cuenta la demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria para satisfacer a esa demanda.

El Centro de Recreación Infantil, se ubicará dentro del Hostal el Valle en un área útil de 375 metros cuadrados.

Se estima en base a las observaciones de la investigación, en otros centros de recreación infantil, que se requiere un promedio de 3 metros cuadrados por niño para que el mismo realice actividades recreativas, por lo que se dispondría una capacidad promedio para 125 niños, que simultáneamente estén dentro de éste local.

Horario de atención del centro de recreación infantil

CUADRO N° 27

DIAS LABORABLES	Horario de Atención	
	Inicio	Fin
Miércoles	13h00	21h00
Jueves	13h00	21h00
Viernes	13h00	21h00
Sábado	13h00	21h00
Domingo	13h00	21h00
Hora Semana		40
Hora Mes		160
Hora Año		1920

Fuente: Empresas de Recreación Infantil
Elaborado: El Autor

Tamaño y Capacidad del proyecto

El tamaño y capacidad de este proyecto, se debe a dos aspectos principalmente: la porción de la demanda insatisfecha que se pretende sea cubierta por el proyecto y a la dimensión del área total con que cuenta el local para la instalación de la empresa.

Por tanto el tamaño de esta empresa deberá ajustarse al tamaño del local que se dispone para su instalación, la misma que contara con 375 m²

CAPACIDAD INSTALADA

Para determinar la capacidad instalada de este proyecto se debe tomar en cuenta factores como son: demanda del servicio, espacio físico disponible y capacidad de financiamiento.

De acuerdo al análisis de los factores antes mencionados se decidió que la capacidad instalada estará de acuerdo a la capacidad de juegos que tendrá la empresa para los cinco años de vida útil, para lo cual se tomara el 50% de la demanda insatisfecha, es decir que se va atender 221399 servicios anuales.

CUADRO N° 28

DIFERENCIA ENTRE OFERTA Y DEMANDA	CAPACIDAD DE LA EMPRESA	PORCENTAJE A CUBRIR
442797	221399	50%

Fuente: Cuadro N° 26
Elaborado: El Autor

Se ha considerado este porcentaje de la capacidad instalada para cubrir el riesgo que representa; la aceptación del servicio en el mercado.

Esto significa que se atenderá 221399 servicios anuales, dividido para doce meses 18450 servicios mensuales, considerando 20 días laborables al mes tenemos 923 servicios diarios, y esto dividimos para 8 horas diarias de trabajo resulta 115 servicios por hora.

CAPACIDAD UTILIZADA

La capacidad utilizada tiene como base la aceptación del servicio en el mercado así como también la cobertura de ventas del servicio. La capacidad de producción de esta empresa reside en función de la capacidad instalada de la empresa así como también en relación a los años de vida útil del proyecto.

Cabe indicar que todo proceso productivo no se puede empezar a trabajar con la totalidad de la capacidad instalada debido a factores como:

- ❖ Apertura de mercado
- ❖ Acoplamiento al proceso productivo
- ❖ Mantenimiento, etc.

Se atenderá a 169884 servicios anuales en función a la capacidad que tiene la empresa, representa el 76,73% de la capacidad instalada.

CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA DEL SERVICIO

CUADRO N° 29

Años	C.I	C.U	%
0	221399		
1		169884	76,73%
2		169884	76,73%
3		169884	76,73%
4		169884	76,73%
5		169884	76,73%

Elaborado: El Autor

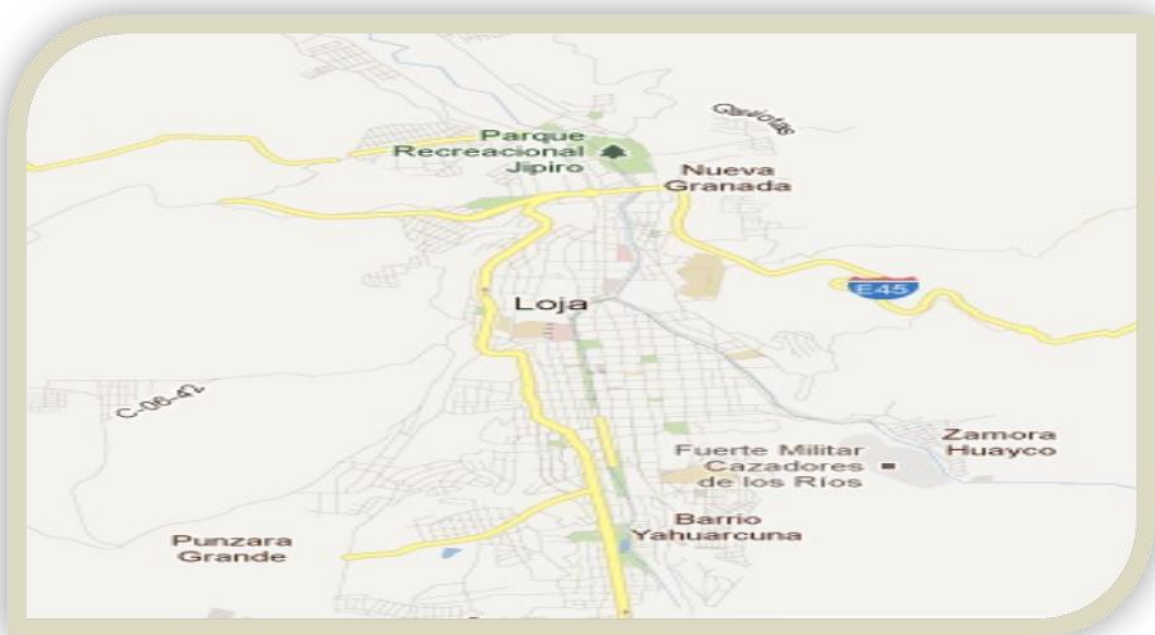
LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Este módulo consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, la selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos:

- ❖ MACROLOCALIZACIÓN
- ❖ MICROLOCALIZACIÓN

MACRO LOCALIZACIÓN

Dado que el proyecto propuesto está enfocado como un proyecto para beneficio de los niños(as) comprendidas entre las edades 3 a 12 años de la ciudad de Loja, es conveniente ubicar el Centro de Recreación Infantil en esta ciudad, la capital musical del país, que cuenta con disponibilidad de todos los servicios básicos, medios de transporte, vialidad, mano de obra técnica y no tecnificada, estructura impositiva y legal, y es de fácil acceso al mercado meta.



MICRO LOCALIZACIÓN

En la micro localización conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, busca seleccionar el emplazamiento óptimo del proyecto, básicamente se describe las características y los costos de la infraestructura, medioambiente, leyes y reglamentos imperantes en el emplazamiento, dirección del emplazamiento, dirección del emplazamiento.

Transporte: Cabe indicar que donde estará ubicada la empresa si existen los medios de transporte necesarios para que pueda tener un acceso normal al mercado, tanto para el ofrecimiento y ventas del producto; como para la adquisición de la materia prima y para que los empleados y/o clientes puedan trasladarse.

Recursos: Toda empresa requiere de recursos tales como: humano, material, económico y técnico, puesto que constituyen el punto clave para el normal desarrollo.

Cercanía, mercados de consumo: Nuestro mercado será el Cantón Loja y sus parroquias lugar donde estará ubicada la empresa.

Costo y disponibilidad del local:

En cuanto al trámite para obtener un local, es simple, hay que presentar una carta de solicitud a la gerencia del Hostal el Valle, indicando el tipo de negocio que se desea implementar, nombre o razón social, número de socios y área estimada que se requiere.

El local que se necesita para instalar el centro de recreación infantil es de 375 metros cuadrados, por dicho local se pagara un valor de \$ 450.00 mensuales, y del mismo local se divide en dos oficinas administrativas.

▪ **Disponibilidad de servicios básicos**

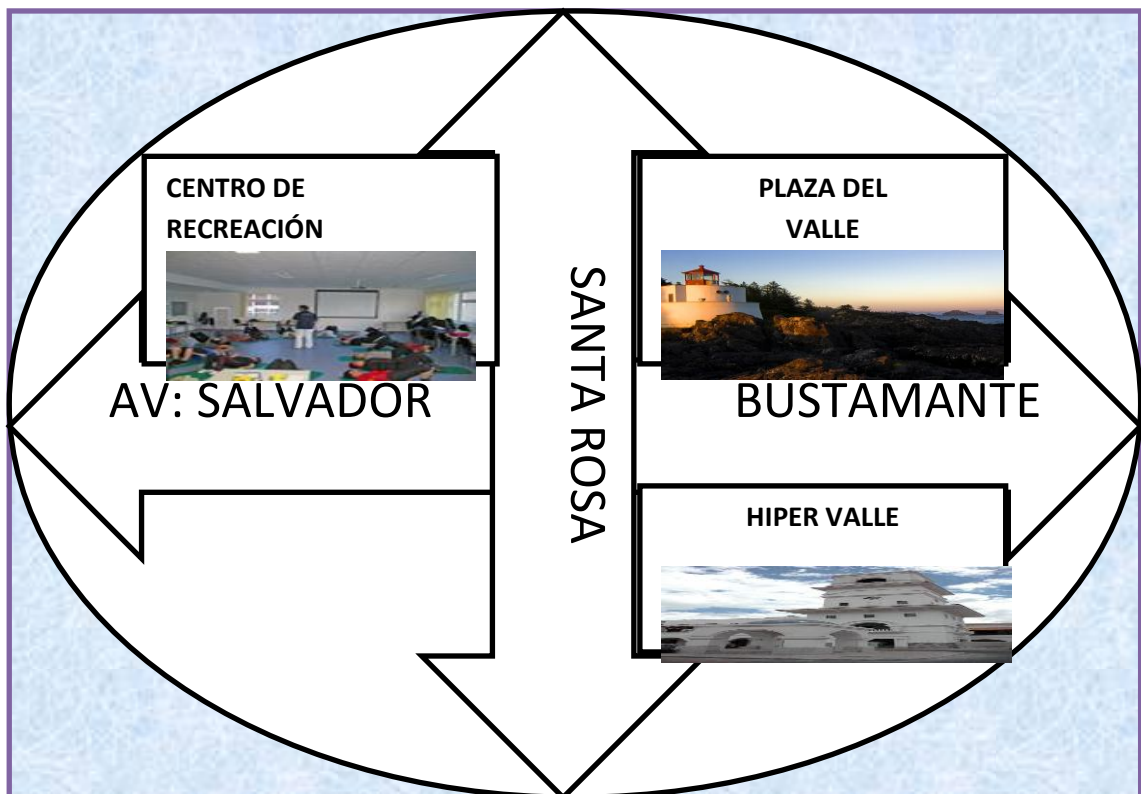
Servicios Básicos: Para el desarrollo y funcionamiento de una empresa es necesario la disponibilidad de los servicios básicos como: luz eléctrica, agua potable, alcantarillado y teléfono.

Factores Legales: Para poder implementar nuestro negocio es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Permiso de funcionamiento sanitario
- Ruc
- Examen medico
- Permiso de jefatura política y municipal.
- Permiso de los Bomberos.

Factores ambientales: La empresa a constituirse no provocará impactos graves al ambiente como a sus consumidores, puesto que se trata de un servicio de carácter recreacional, con equipamiento moderno por lo que no causará daños en los usuarios del mismo.

La empresa de “RECREACIÓN INFANTIL PAPITA” se encuentra ubicada en el Cantón Loja, en la parroquia el Valle en las calles AV: Salvador Bustamante Celi y Santa Rosa, en un lugar que brinda las condiciones necesarias para su desarrollo, disponiendo de los servicios básicos.



IMPLEMENTACIÓN DEL CENTRO RECREACIONAL INFANTIL.

Será un centro de entretenimiento infantil, dedicado a la recreación de niños de 3 a 12 años de edad, contará con juegos y actividades recreacionales, diseñada con una experiencia para los sentidos desarrollo motriz, y lúdico por medio de:

- ❖ Vista y tacto serán estimulados con la decoración de colores vibrantes y texturas variadas que vayan en concordancia con la temática elegida.
- ❖ En el local existirá ambientación musical, lo cual será una experiencia para el oído.
- ❖ Juegos para el desarrollo motriz como:

LEGOS GIGANTES



SUBIBAJAS



COLUMPIOS
JUGUETES



JUEGO DE RESTAURANT



JUEGOS DE COCINA



JUEGO CASITA PARA NIÑAS



PUENTE



CASTILLO Y RESBALADERA



PISCINA DE PELOTAS



KARAOKE Y DVD

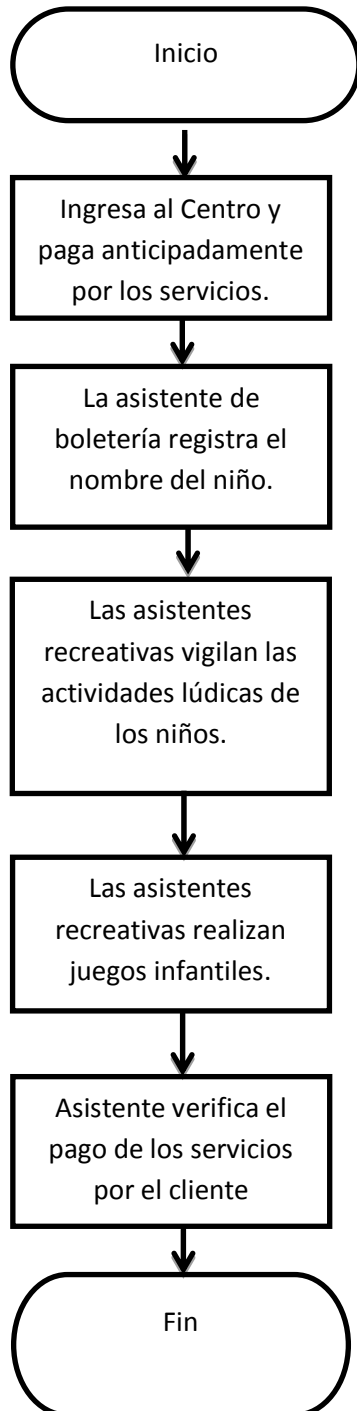


DISFRACES



FLUJOGRAMA DEL PROCESO SERVICIO CENTRO DE RECREACIÓN INFANTIL.

ACTIVIDAD: RECREACIÓN GRAFICO N° 30



ELABORADO: EL AUTOR

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

LA EMPRESA

El tipo de empresa que he creído conveniente conformar, es la Compañía Anónima, porque ésta se contrae entre dos o más personas que hacen negocio bajo una razón social. El contrato de la Compañía Anónima se celebrará por escritura pública. La escritura de formación de una Compañía Anónima será aprobada por el juez de lo civil, el cual ordenará la publicación de un extracto de la misma, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y su inscripción en el Registro Mercantil.

En nuestro caso el extracto de la escritura de constitución de la Compañía de sociedad anónima deberá contener:

Nombre, nacionalidad y domicilio de los socios que la forman.

Fidel A. Mendoza y Luis Ángel Montoya; de nacionalidad Ecuatoriana y con domicilio en la ciudad y provincia de Loja.

Razón social, objeto y domicilio de la Compañía en Sociedad Anónima:

“Centro de Recreación Infantil Papita S.A”, que tendrá por objeto la recreación de niños comprendidos entre las edades de 3 a 12 años con domicilio en la ciudad y provincia de Loja.

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

“CENTRO DE RECREACIÓN INFANTIL PAPITA S.A”

LOGOTIPO DEL CENTRO DE RECREACIÓN INFANTIL S.A.



MARCO LEGAL DE LA EMPRESA Y FACTORES RELEVANTES.

MARCO LEGAL

El marco legal en el cual se encuentra inmerso el proyecto para su creación está regido por medio de los siguientes Leyes y códigos vigentes:

- Código de Comercio
- Código de Trabajo
- Código Tributario

El Código de Comercio regula las actividades comerciales de personas naturales y jurídicas dando un marco legal para su normal desenvolvimiento, en aspectos importantes tales como llevar la contabilidad, determina el tipo de asociaciones mercantiles que se pueden formar y fundamentalmente determina los requerimientos para registrar sus actividades a través de un Registro Mercantil, el cual una vez obtenido da vida jurídica a una determinada empresa; los cuales serán respetados y llevados por la empresa “ **CENTRO DE RECREACIÓN INFANTIL S.A**”

El Código de Trabajo, norma las relaciones entre empleados y empleadores dando las bases jurídicas para su interrelación, el cual establece principalmente los derechos a que están amparados los ecuatorianos al ser empleados, especialmente a recibir un sueldo básico, décimo tercer sueldo, décimo cuarto, vacaciones, aporte patronal a la seguridad social; fija el tipo de contratación laboral a que serán sujetos, sus horarios, forma legal para dar terminada una relación laboral, entre otros factores; que la empresa “**CENTRO DE RECREACIÓN INFANTIL S.A**” y sus accionistas se comprometen a cumplir con sus empleados.

Código Tributario, fija la normativa tributaria en el País, las clases de impuestos, tales como el IVA, ICE, Impuesto a la Renta etc.; sus montos, forma de recaudarlos, estipula excepciones y elabora cronogramas para sus cancelaciones; como también establece sanciones, multas por su incumplimiento. De igual manera la empresa “**CENTRO DE RECREACIÓN INFANTIL S.A**” se somete a estas reglamentaciones no solo por su imposición legal sino por una conciencia de contribuir de esta manera con el desarrollo del país.

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

LEY DE COMPAÑÍAS

DISPOSICIONES GENERALES.

Artículo I. Contrato de Compañías y Régimen Legal.- Contrato de Compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los Convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.

La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico y con autonomía administrativa, económica y financiera, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades, en las circunstancias y condiciones establecidas por la ley.

La Superintendencia de Compañías tiene personalidad jurídica y su primera autoridad y representante legal es el Superintendente de Compañías.

La Superintendencia de Compañías ejercerá la vigilancia y control en especial de las compañías de comercio, que son las siguientes:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima;
- La compañía de economía mixta.

De todas ellas, los socios han decidido que la más recomendable para sus intereses es la Sociedad Anónima, porque entre otras ventajas se maneja por acciones y el número de socios es ilimitado y la responsabilidad de cada uno es por el monto de sus aportaciones. Por lo que permitirá incrementar el número de socios de acuerdo al desarrollo del giro y es una manera económica y práctica de reunir capitales para ampliar este proyecto en los años siguientes.

COMPAÑÍA ANÓNIMA

Es una sociedad cuyo capital es dividido en acciones negociables, esta se contrae entre dos o más personas, sin límite establecido. Es decir está formada por las aportaciones de los accionistas los cuales responden solo por sus acciones, el monto no podrá ser menor a 800 dólares americanos, su denominación debe tener la descripción Compañía Anónima. La misma se inscribirá mediante escritura pública e inscrita en el registro mercantil, tendrá personería jurídica desde su inscripción, y previamente habiendo suscrito su capital, el cual deberá ser depositado en una institución bancaria, si las aportaciones fuesen en dinero.

PROCESOS DE CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA

Para la constitución legal de una compañía se debe seguir los siguientes pasos:

1. **Superintendencia de Compañías:** Ingresar solicitud de reserva de nombre.
2. **Banco:** Se deposita los aportes de integración de capital a nombre de la compañía.
3. **Superintendencia de Compañías:** Los aportes de bienes y especies, deben ser evaluados por los propios socios o por un perito, en caso que las aportaciones no sean en dinero, además dichos bienes deben ser de utilidad para el giro del negocio.
4. **Superintendencia de Compañías:** Previa la autorización del nombre de la compañía y adjuntando comprobante del depósito efectuado en un banco con la integración de cuenta de capital. Se procede a Solicitud de Aprobación, con tres copias de la escritura pública (constitución de la compañía).
5. **Superintendencia de Compañías:** Aprobación de escritura de constitución.
6. **Superintendencia de Compañías:** Emite un extracto de la escritura, con datos de la compañía, que deberá publicarlo en un periódico de mayor circulación en el país.
7. **Superintendencia de Compañías:** Emite una resolución.
8. **Notaría:** Toma nota de la resolución, al margen de la escritura de constitución.

9. **Registro Mercantil:** Inscripción de la escritura de constitución.
10. **Municipio:** Obtener la Patente Municipal.
11. **Cámaras:** Afiliación a una de las Cámaras, de acuerdo al giro del negocio.
12. **Registro Mercantil:** Inscribir los nombramientos del Gerente y Presidente de la Compañía.
13. **SRI:** Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC).
14. **I.E.S.S:** Obtener el Número Patronal de la empresa.
15. **Superintendencia de Compañías:** Mediante oficio al Banco, autoriza a retirar el dinero de la cuenta de integración del capital para el registro.
16. La empresa se encuentra habilitada para realizar sus actividades.

BASES ESTRATÉGICAS PARA LA EMPRESA “CENTRO DE RECREACIÓN INFANTIL” S.A.

La planificación estratégica, es adoptada como forma legítima de desarrollo empresarial por aquellas empresas que buscan ventajas competitivas y que se proponen metas de largo alcance.

Se debe entender, que sin estrategia la empresa es como un barco sin timón, las modernas concepciones de la administración estratégica definen, con claridad, las tareas de la administración estratégica, que definen los mapas de ruta a seguir por todos y cada uno de los componentes humanos de una empresa. Desde los niveles gerenciales más altos hasta los niveles operativos más rutinarios, sin que ello quiera decir atropello a los niveles de decisión. De conformidad con los principios conceptuales de la Administración Estratégica, cada elemento que conforma la empresa tiene su importancia irremplazable. Las decisiones a adoptarse deberán tomar en cuenta las características individuales de los componentes administrativos para optimizar las características individuales de todos y cada uno de ellos.

MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN

Corona Funes, la define así:

“Es aquella idea o conjunto de ideas que se tienen en la organización a futuro”
la misión para la empresa es:

**“OFRECER A LOS NIÑOS Y NIÑAS UN ÁREA DE ENTRETENIMIENTO SANO
Y RECREATIVO DE EXCELENTE CALIDAD QUE CONTRIBUYA A SU
DESARROLLO POR MEDIO DE LA INTERRELACIÓN CON OTROS INFANTES,
INCULCÁNDOLES UNA VIDA MÁS SANA”**

VISIÓN

La visión de la empresa nos indica cual es la meta que la compañía persigue a largo plazo, incluye la forma en que esta se conceptualiza a sí misma en la actualidad y a futuro.

**“CONSOLIDARSE COMO EL CENTRO RECREACIONAL INFANTIL MÁS
ENTRETENIDO, RECREATIVO Y ORIGINAL DE LA URBE”**

PRINCIPIOS Y VALORES

- Los niños son nuestros clientes y la razón de ser.
- Nuestros empleados, son el factor generador de éxito.
- Creatividad e innovación, motor de nuestro progreso.
- Calidad y confiabilidad en el servicio, clave de nuestra permanencia en el negocio.
- Crecer con responsabilidad, cuidando siempre los detalles.
- Rentabilidad y solidez, asegurarán nuestro porvenir.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

ADMINISTRACIÓN

Todos los socios tienen la capacidad de administrar la compañía y firmar por ella. Si en el acta de constitución de la Compañía Anónima se aclarara que sólo

alguno o algunos de los socios han sido autorizados para cobrar o para administrar y firmar por ella, sólo la firma y los actos de éstos bajo la razón social obligarán a la compañía a cumplir con las obligaciones que éstos han adquirido a su nombre.

NIVELES ADMINISTRATIVOS

En la Compañía “Centro de Recreación Infantil Papita S.A”, he señalado los siguientes niveles administrativos:

- Nivel Legislativo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Asesor
- Nivel de Apoyo
- Nivel Operativo

ORGANIGRAMAS

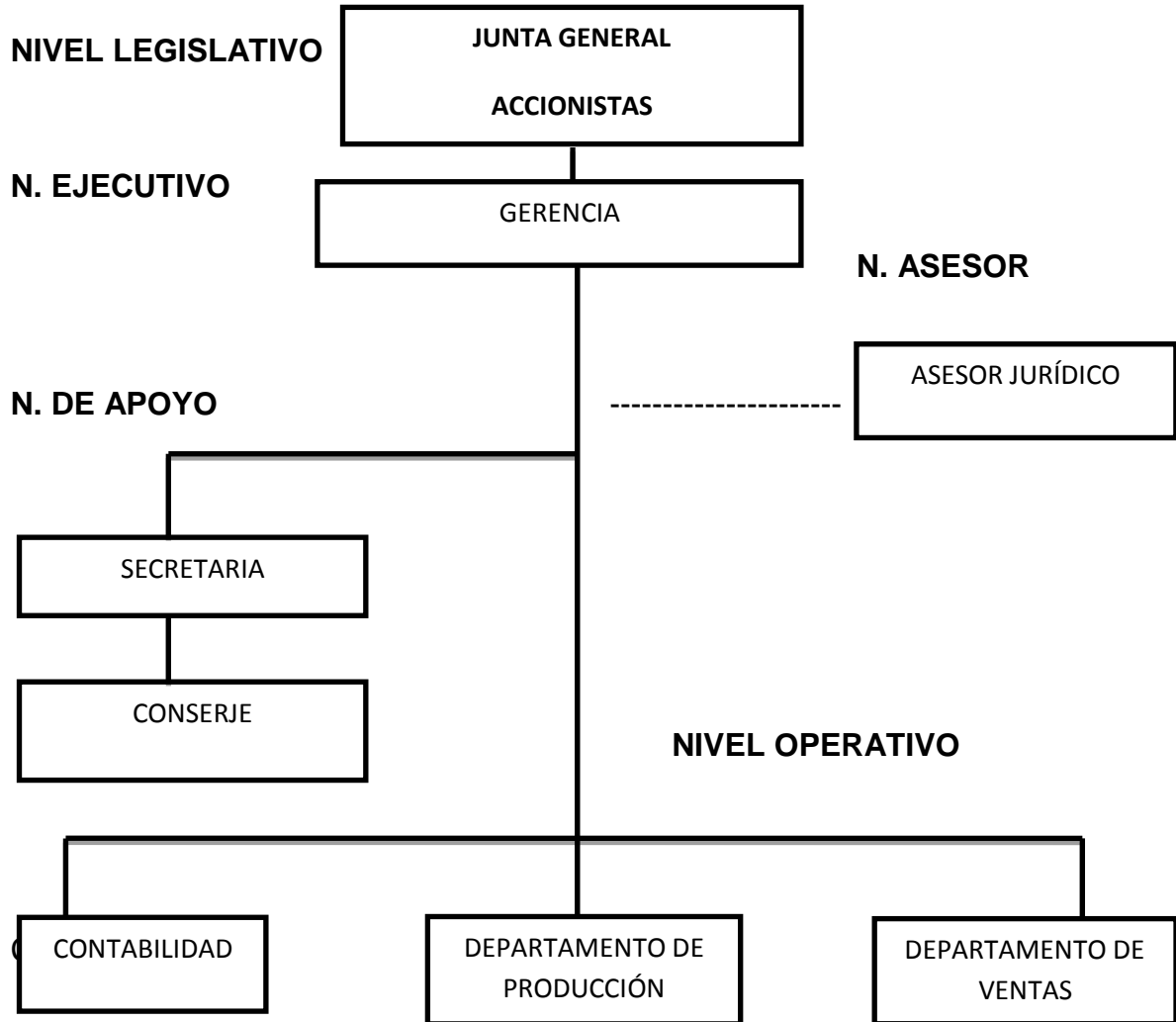
Son cuadros de organización que muestran ordenadamente los diferentes agrupamientos de las actividades básicas en departamentos y otras unidades, también las principales líneas de autoridad y responsabilidad entre estos departamentos y unidades.

Los organigramas que he establecido en nuestra compañía son dos: estructural y funcional.

La empresa de RECREACIÓN INFANTIL PAPITA.S.A., estará constituida por una Gerencia General y tres departamentos o áreas: Área Financiera, Área de Servicios y Área Mercadeo.

En estas tres áreas existirá una interrelación en la cual podrán trabajar en conjunto, para facilitar el flujo de información que existe entre estas y así también poder tener bien informada a la Gerencia y esta a su vez a la Junta de Accionistas.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
EMPRESA DE “RECREACIÓN INFANTIL PAPITA” S.A.
GRAFICO N° 31

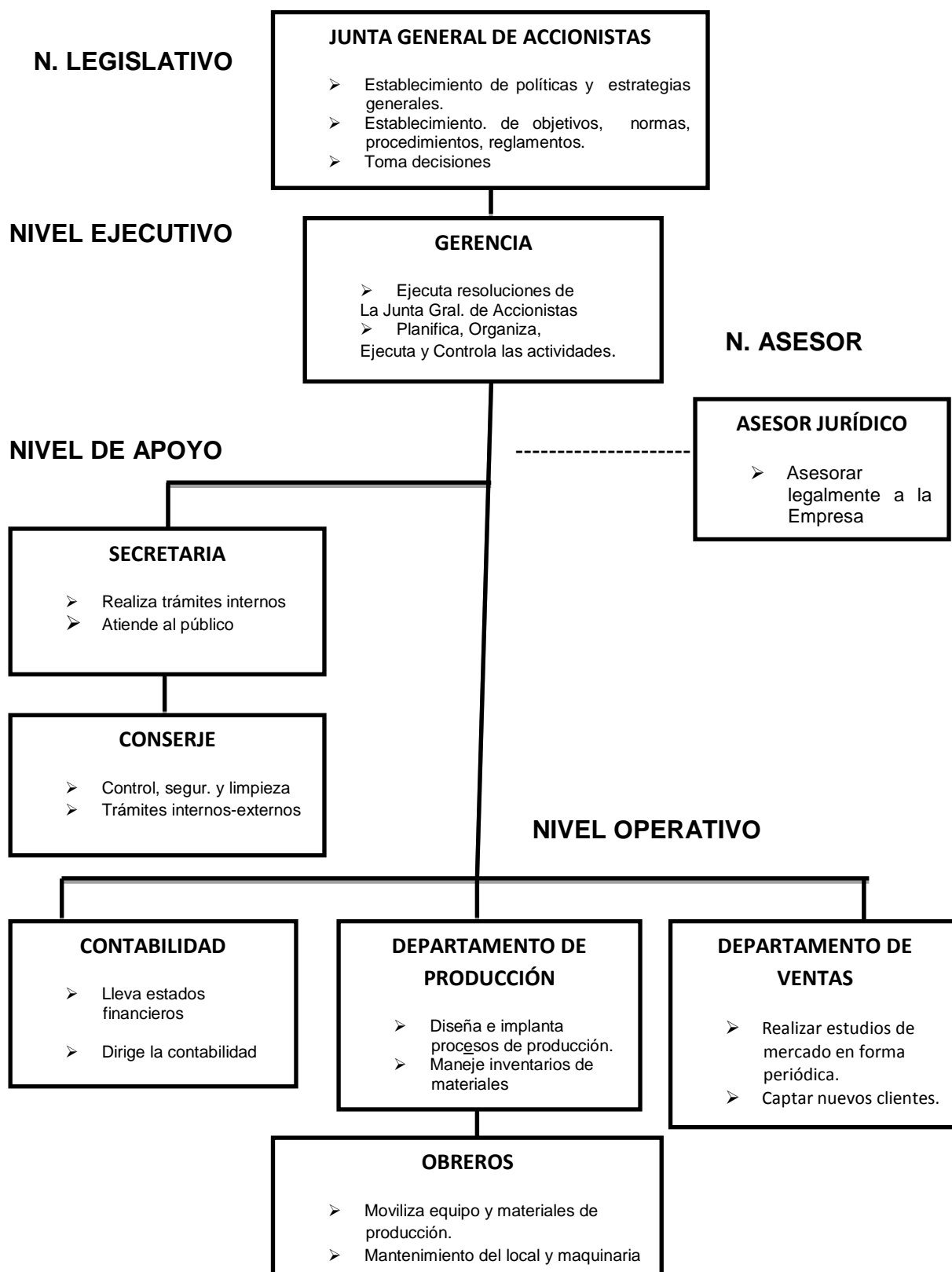


Elaborado: EL Autor

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

EMPRESA DE “RECREACIÓN INFANTIL PAPITA” S.A

GRÁFICO N° 32



Elaborado: El Autor

FUNCIONES, ANALISIS Y DESCRIPCION DE PUESTOS

NOMBRE DEL PUESTO: GERENCIA GENERAL	CODIGO: CRIP-01
NIVEL JERARQUICO EJECUTIVO	PENDIENTE DE: J. GENERAL DE ACCIONISTAS
NUMERO DE SUBALTERNOS:	SUELDO: 600.00
ROL DEL PUESTO Planifica, organiza, controla y corrige los recursos Financieros, Administrativos que componen la empresa.	
FUNCIONES DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> Fijar políticas de la empresa Supervisar y controlar al personal Autorización de descuentos especiales en la atención Contratación de personal Mantener informados sobre la actual situación de la empresa Supervisión de cada uno de los departamentos que conforman la empresa Análisis y revisión de inventarios 	
INTERFAZ Con empleados y trabajadores	
REQUERIMIENTOS MINIMOS HABILIDAD EDUCACIÓN: Título profesional en Administración de Empresas EXPERIENCIA: Mínima dos años en cargos relacionados con administración INICIATIVA: Tener capacidad para planificar, dirigir y controlar toda la empresa	
ESFUERZO FISICO: Ninguno MENTAL Y/O VISUAL: Estar al día con toda la planificación que tiene la empresa	
RESPONSABILIDAD POR EQUIPO Y MAQUINARIA: Dependiendo lo que este a su cargo POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO: Responde por equipos a su cargo hasta por un valor de \$ 1000,00 POR EL TRABAJO DE OTROS: Brindar todas las herramientas necesarias para el trabajo y supervisar el desempeño de cada personal.	
CONDICIONES DE TRABAJO CONDICIONES: Que se realice en un lugar adecuado, ordenado, que permita un buen ambiente de trabajo. RIESGOS: Tomar malas decisiones en cualquiera de sus áreas	

Fuente: Empresas de Recreación Infantil Papita
Elaborado: Fidel Mendoza

NOMBRE DEL PUESTO: CONTADOR	CODIGO: CRIP-02
NIVEL JERARQUICO OPERATIVO	DEPENDIENTE DE: GERENTE GENE
NUMERO DE SUBALTERNOS:	SUELDO: 300,00
ROL DEL PUESTO Elaboración, información y presentación de los reportes de clientes, cuadros, diarios de caja y depósitos.	
FUNCIONES DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> ❖ Estar al día con el libro diario de la empresa ❖ Rendir cuentas mensuales sobre la entrada y salida de caja ❖ Presentar el balance general de la empresa ❖ Entrega y elaboración de los comprobantes de pago. ❖ Elaborar los estados financieros ❖ Participar en las reuniones con los directivos 	
INTERFAZ Con el gerente y empleados	
REQUERIMIENTOS MINIMOS HABILIDAD EDUCACIÓN: Tener título de Contador(a) Público EXPERIENCIA: Mínima en funciones similares de 1 año INICIATIVA: Poseer curso de relaciones humanas, programas contables, tributación y leyes.	
ESFUERZO FISICO: Ninguno MENTAL Y/O VISUAL: Realizar cuidadosamente el balance general	
RESPONSABILIDAD POR EQUIPO Y MAQUINARIA: Por todos los equipos de oficina que estén bajo su responsabilidad POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO: Responsabilidad de llevar toda la contabilidad de la empresa POR EL TRABAJO DE OTROS: Tramitar puntualmente los pagos a los trabajadores	
CONDICIONES DE TRABAJO CONDICIONES: Brindar todas las facilidades necesarias, que le permita un buen desempeño en el trabajo. RIESGOS: Realizar una mala transacción	

Fuente: Empresas de Recreación Infantil Papita
Elaborado: Fidel Mendoza

NOMBRE DEL PUESTO:	CODIGO:
ASESOR JURIDICO	CRIP-03
NIVEL JERARQUICO	DEPENDIENTE DE: GERENTE GENERAL
NIVEL ASESOR	
NUMERO DE SUBALTERNOS:	SUELDO: 300,00
ROL DEL PUESTO Aconsejar, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.	
<p>FUNCIONES DEL PUESTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aconsejar a directivos de la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico. ➤ Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa. ➤ Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa. ➤ Participar en procesos contractuales. 	
<p>INTERFAZ</p> <p>Con el gerente y empleados</p>	
<p>REQUERIMIENTOS MINIMOS</p> <p>HABILIDAD</p> <p>EDUCACIÓN: Tener título Universitario Abogado.</p> <p>EXPERIENCIA: Mínima en funciones similares de 2 año</p>	
<p>ESFUERZO</p> <p>FISICO: Ninguno</p> <p>MENTAL Y/O VISUAL: Revisar cuidadosamente los contratos del personal de la empresa</p>	
<p>RESPONSABILIDAD</p> <p>POR EQUIPO Y MAQUINARIA: Por todos los equipos de oficina que estén bajo su responsabilidad</p> <p>POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO: Responsabilidad de llevar toda la parte contractual de la empresa</p>	
<p>CONDICIONES DE TRABAJO</p> <p>CONDICIONES: Bridar todas las facilidades necesarias, que le permita un buen desempeño en el trabajo.</p> <p>RIESGOS: Realizar un contrato inadecuado.</p>	

Fuente: Empresas de Recreación Infantil Papita
Elaborado: Fidel Mendoza

NOMBRE DEL PUESTO: SECRETARIA	CODIGO: CRIP-04
NIVEL JERARQUICO REPORTA: GERENTE GENERAL NIVEL DE APOYO	
NUMERO DE SUBALTERNOS:	SUELDO: 300.00
ROL DEL PUESTO Planifica, organiza, controla y recauda los recursos Financieros, Administrativos que componen la empresa.	
FUNCIONES DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> • Encargada de la taquilla de la empresa • Entregará el respectivo ticket a los clientes. • Registrar el nombre de los niños(as) que ingresan al local. • Liquidar de acuerdo a la hora de salida los valores a cancelarse. • Conciliar caja al final. • Entregar el dinero recaudado al contador con el respectivo comprobante de egresos. 	
INTERFAZ Con empleados y trabajadores	
REQUERIMIENTOS MINIMOS HABILIDAD EDUCACIÓN: EXPERIENCIA: Mínima dos años en cargos relacionados con administración INICIATIVA: Ser el primer vínculo de contacto entre los clientes y el centro recreativo,	
ESFUERZO FISICO: Ninguno MENTAL Y/O VISUAL: Estar al día con toda la planificación que tiene la empresa	
RESPONSABILIDAD POR EQUIPO Y MAQUINARIA: Dependiendo lo que este a su cargo POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO: Responde por equipos a su cargo hasta por un valor de \$ 1000,00 POR EL TRABAJO DE OTROS: Brindar transparencia con los clientes y la empresa sobre el dinero recaudado.	
CONDICIONES DE TRABAJO CONDICIONES: Que se realice en un lugar adecuado, ordenado, que permita un buen ambiente de trabajo. RIESGOS: Tomar malas decisiones en su función encargada.	

Fuente: Empresas de Recreación Infantil Papita
Elaborado: Fidel Mendoza

JEFATURA DE PRODUCCIÓN

NOMBRE DEL PUESTO: JEFATURA DE PRODUCCIÓN	CODIGO: CRIP-05
NIVEL JERARQUICO OPERATIVO	PENDIENTE DE: GERENTE GENERAL
NUMERO DE SUBALTERNOS: 3 SUELDO: 300.00	
ROL DEL PUESTO Planifica, organiza , controla y corrige la recreación y fiestas infantiles los recursos.	
FUNCIONES DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar todas las actividades recreativas y fiestas infantiles dentro del local. • Optimizar el espacio físico. • Asignar tareas al personal a su cargo. • Vigilar la seguridad física de los niños. • Proponer nuevas actividades recreativas. • elaborar lista de requerimientos para montar una fiesta infantil de acuerdo al numero de invitados. 	
INTERFAZ Con empleados y trabajadores	
REQUERIMIENTOS MINIMOS HABILIDAD EDUCACIÓN: Titulo de Eventos infantiles EXPERIENCIA: Mínima dos años en cargos relacionados con eventos infantiles INICIATIVA: Tener capacidad para planificar, dirigir y controlar todos los eventos recreativos de la empresa.	
ESFUERZO FISICO: Ninguno MENTAL Y/O VISUAL: Estar al día con toda la planificación que tiene la empresa	
RESPONSABILIDAD POR EQUIPO Y MAQUINARIA: Dependiendo lo que este a su cargo POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO: Responde por equipos a su cargo hasta por un valor de \$ 1000,00 POR EL TRABAJO DE OTROS: Brindar todas las herramientas necesarias para el trabajo y supervisar el desempeño del personal a su cargo.	
CONDICIONES DE TRABAJO CONDICIONES: Que se realice en un lugar adecuado, ordenado, que permita un buen ambiente de trabajo. RIESGOS: Tomar malas decisiones en cualquiera de sus tareas encomendadas.	

Fuente: Empresas de Recreación Infantil Papita
Elaborado: Fidel Mendoza

NOMBRE DEL PUESTO: LIMPIEZA	CODIGO: CRIP-06
NIVEL JERARQUICO NIVEL DE APOYO	DEPENDIENTE DE: GERENTE
NUMERO DE SUBALTERNOS:	SUELDO: 240,00
ROL DEL PUESTO Brindar una buena presentación de la empresa, teniendo todo limpio y ordenado	
FUNCIONES DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con todas sus actividades asignadas • Cumplir su jornada de trabajo • Tener al día todos los implementos necesarios para realizar sus actividades • Informar al gerente sobre cualquier novedad que se presenta 	
INTERFAZ Con el gerente y empleados	
REQUERIMIENTOS MINIMOS HABILIDAD EDUCACIÓN: Por lo menos bachiller EXPERIENCIA: Mínima en funciones similares de 1 año INICIATIVA: Tener su propia iniciativa, sin que le estén presionando	
ESFUERZO FISICO: En el trabajo que desempeña MENTAL Y/O VISUAL: Trabajar cuidadosamente	
RESPONSABILIDAD POR EQUIPO Y MAQUINARIA: Por todos los equipos que utiliza en su trabajo POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO: Responde por equipos a su cargo hasta por un valor de \$ 1000,00 POR EL TRABAJO DE OTROS: Ninguno	
CONDICIONES DE TRABAJO CONDICIONES: Brindar todas las herramientas necesarias para el cumplimiento de su trabajo RIESGOS: La probabilidad es mínima	

Fuente: Empresas de Recreación Infantil Papita
Elaborado: Fidel Mendoza

NOMBRE DEL PUESTO: JEFE DE MERCADEO	CODIGO: CRIP-07
NIVEL JERARQUICO OPERATIVO	PENDIENTE DE: GERENTE GENERAL
NUMERO DE SUBALTERNOS:	SUELDO: 292
ROL DEL PUESTO Posicionar al Centro Recreativo Infantil en la mente de los consumidores como líder en éste mercado. .	
FUNCIONES DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> • Realizar actividades de Relaciones Publicas entre la empresa y la sociedad. • Realizar estudios de mercado en forma periódica • Mantener informados sobre la actual situación de la empresa 	
INTERFAZ Con empleados y trabajadores	
REQUERIMIENTOS MINIMOS HABILIDAD EDUCACIÓN: Título profesional en Administración de Empresas EXPERIENCIA: Mínima dos años en cargos relacionados con administración INICIATIVA: Tener capacidad para planificar, dirigir y controlar todas actividades	
ESFUERZO FISICO: Ninguno MENTAL Y/O VISUAL: Estar al día con toda la planificación que tiene la empresa	
RESPONSABILIDAD POR EQUIPO Y MAQUINARIA: Dependiendo lo que este a su cargo POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO: Responde por equipos a su cargo hasta por un valor de \$ 1000,00 POR EL TRABAJO DE OTROS: Brindar todas las herramientas necesarias para el trabajo y supervisar el desempeño de cada personal.	
CONDICIONES DE TRABAJO CONDICIONES: Que se realice en un lugar adecuado, ordenado, que permita un buen ambiente de trabajo. RIESGOS: Tomar malas decisiones en cualquiera de actividades encomendadas.	

Fuente: Empresas de Recreación Infantil Papita
Elaborado: Fidel Mendoza

REQUERIMIENTO DE EMPLEADOS

La empresa de Recreación Infantil para su normal desenvolvimiento necesita un total de 9 empleados.

- ❖ Área Gerencial 1
- ❖ Área Auxiliar 2
- ❖ Área Servicios 5
- ❖ Área mercadeo 1

IMPACTO SOCIAL.

El crear nuevas fuentes de empleo, ayuda a mejorar el nivel de vida de los ecuatorianos y a generar más recursos que ayudarán a la activación económica y productiva en el Ecuador, ayudando a disminuir la migración y el desempleo.

El caso particular la empresa de Recreación Infantil aportará con la creación de 8 puestos de trabajo directo.

También la empresa cumplirá con los aportes que por ley les corresponde a los empleados, así también en el pago de impuestos y tributos que esta tendrá que cancelar por la actividad económica realizada.

IMPACTO AMBIENTAL.

Por ser una empresa de servicios no requiere la utilización, procesamiento de bienes que incluyan sustancias que puedan contaminar el medio ambiente en forma directa o indirecta, por lo que se la considera 100% amigable con el ambiente.

ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de equipo.

Activos: Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa. El presente proyecto origina tres clases de activos:

- ❖ Activo Fijo
- ❖ Activo Diferido
- ❖ Activo Circulante o Capital de Trabajo.

RESUMEN DE LAS INVERSIONES FIJAS

CUADRO N° 33

ACTIVO	ANEXOS	VALOR
Presupuesto Equipamiento juego para el Local	N° 1	14675
Muebles y equipos de oficina	N° 9	1856
Instalaciones y Adecuaciones	N° 7	2520
Equipo de Computo	N° 10	1360
Equipo Para la Producción	N° 4	2900
Imprevistos 2%		466.22
TOTAL		23777.22

Fuente: Los Anexos

Elaborado: Fidel Mendoza

ACTIVO DIFERIDO

En este activo se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con el mismo; por lo tanto el valor de este activo se distribuye así:

INVERSIONES EN EL ACTIVO DIFERIDO

CUADRO N° 34

ACTIVO	ANEXO	VALOR
Constitución Legal	N° 14	800
Pago Abogado		300
Permiso Municipal		100
Permiso Bomberos		100
Patentes		100
TOTAL		1400

Fuente: Los Anexos
Elaborado: Fidel Mendoza

ACTIVO CIRCULANTE

Este activo está constituido por valores necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, el valor de este activo se lo detalla a continuación.

INVERSIÓN DEL ACTIVO CIRCULANTE

CUADRO N° 35

ACTIVO CIRCULANTE	ANEXO	VALOR	COSTO MENSUAL
Mano de Obra Directa	N° 2	32444.64	2703.72
Mano de Obra Indirecta	N° 3	14870.40	1239.20
Arriendo	N° 5	5400	450.00
Suministros de trabajo	N° 6	273	22.75
Presupuesto de Agua, Luz y Teléfono	N° 8	4128	344.00
Suministro de Oficina	N° 12	16.20	1.35
Publicidad y Propaganda	N° 13	6960	580
TOTAL		64092.22	5341.02

Fuente: Los Anexos

Elaborado: Fidel Mendoza

RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL PREVISTA

El resumen de la inversión total se demuestra en el siguiente cuadro.

RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL

CUADRO N° 36

ACTIVO	VALOR
Activo fijo	23777,22
Activo Diferido	1400,00
Activo Circulante	5341,02
TOTAL	30518.24

Fuente: Cuadro N° 33,34,35

Elaborado: Fidel Mendoza

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos.

a. FUENTES INTERNAS

El 83.62% del total de la inversión y que corresponde a 25518.24 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

b. FUENTES EXTERNAS

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco de Loja, ya que es un organismo que otorga créditos para este tipo de inversiones a través de sus líneas de crédito.

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco de Loja, constituirá el 16.38% que corresponde a 5000.00 dólares a 4 años plazo al 12% de interés anual.

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

CUADRO N° 37

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	5000.00	16.38%
Capital Social	25518.24	83.62
TOTAL	30518.24	100%

Elaborado: Fidel Mendoza

PRESUPUESTO OPERACIONAL CUADRO N° 38

DETALLE	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Costos Primos					
Mano de O. Directa	32444.64	34199.90	36050.11	38000.42	40056.24
Total Costo Primo	32444.64	34199.90	36050.11	38000.42	40056.24
Costos de Proceso de Producción					
Depreciación equipamiento juegos	2348,00	2348,00	2348,00	2348,00	2348,00
Depreciación de maquinaria y equipo	464,00	464,00	464,00	464,00	464,00
Amortización del activo diferido	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00
Total costo de proceso de producción	35536,64	37291,90	39142,11	41092,42	43148,24
Gastos Administrativos					
Depre. De Muebles y Enseres	298,40	298,40	298,40	298,40	298,40
Sueldos Administrativos	14870.40	15674.89	16522.90	17412.79	18359.04
Depre. De Equipo de Computación	302.22	302.22	302.22	302.22	302.22
Servicios Básicos	4128.00	4351.32	4586.73	4834.87	5056.44
Suministros de Oficina	16.20	17.08	18.00	18.97	20.00
Arriendo	5400.00	5692.14	6000.08	6324.68	6666.85
Depreciación de Instalaciones y adecuaciones	403,20	403,20	403,20	403,20	403,20
Presupuesto suministro de labores	273.00	287.77	303.34	319.75	337.05
Total de gastos Administrativos	25691,42	27027,02	28434,83	29914,80	31443,20
Ventas					
Publicidad y Propaganda	6960.00	7336.54	7733.45	8151.92	8592.94
Total Gasto Ventas	6960,00	7336,54	7733,45	8151,92	8592,94
Gastos Financieros					
Interés por préstamo	562.50	412.50	262.50	112.50	0
Total Gastos Financieros	562.50	412.50	262.50	112.50	0
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	33213,92	34776,06	36430,78	38179,22	40036,14
TOTAL COSTO OPERACIONAL	68750,56	72067,96	75572,89	79271,64	83184,38

Elaborado: Fidel Mendoza

COSTO DE OPERACIÓN

CUADRO N° 39

AÑOS	COSTO DE OPERACIÓN	NUMERO DE SERVICIOS	COSTO UNITARIO DE SERVICIOS
AÑO 1	68750,56	169884	0.40
AÑO 2	72067,96	169884	0.42
AÑO 3	75572,89	169884	0.44
AÑO 4	79271,64	169884	0.47
AÑO 5	83184,38	169884	0,49

Fuente: Los Anexos

Elaborado: Fidel Mendoza

PRECIO DE VENTA

CUADRO N° 40

AÑOS	COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN	% DE UTILIDAD O MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA	PROMEDIO SERVICIOS 4
AÑO 1	0.40	20%	0,48	1.92
AÑO 2	0.42	25%	0.53	2.12
AÑO 3	0.44	30%	0.57	2.28
AÑO 4	0.47	35%	0.63	2.52
AÑO 5	0,49	40%	0.69	2.76

Elaborado: Fidel Mendoza

PRESUPUESTO DE INGRESOS

CUADRO N° 41

AÑOS	UNIDAD DE PRODUCCIÓN	PRECIO UNITARIO DE VENTA	INGRESO TOTAL
AÑO 1	169884	0,48	81554,32
AÑO 2	169884	0.53	90038,52
AÑO 3	169884	0.57	96833,88
AÑO 4	169884	0.63	107026,92
AÑO 5	169884	0.69	117219,96

Elaborado: Fidel Mendoza

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

INGRESOS:

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

EGRESOS:

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

CUADRO N° 42

	DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingreso por ventas	81554,32	90038,52	96833,88	107026,92	117219,96
-	Costos de Producción	35536,64	37291,9	39142,11	41092,42	43148,24
	Utilidad Bruta	46.017,68	52.746,62	57.691,77	65.934,50	74.071,72
-	Costos de Operación	33213,92	34776,06	36430,78	38179,22	40036,14
=	Utilidad Neta	12.803,76	17.970,56	21.260,99	27.755,28	34.035,58
-	15% utilidad a trabajadores	1.920,56	2.695,58	3.189,15	4.163,29	5.105,34
=	Utilidad antes de Imp. a la renta	10.883,20	15.274,98	18.071,84	23.591,99	28.930,24
-	25% Impuesto a la renta	2.720,80	3.818,74	4.517,96	5.898,00	7.232,56
=	Utilidad antes de Reserva Legal	8.162,40	11.456,23	13.553,88	17.693,99	21.697,68
-	10% Reserva Legal	816,24	1.145,62	1.355,39	1.769,40	2.169,77
=	Utilidad líquida del ejercicio	7.346,16	10.310,61	12.198,49	15.924,59	19.527,91

Elaborado: Fidel Mendoza

PRESUPUESTO DE COSTOS

CUADRO N° 43

DETALLE	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	C. F	C.V	C.F	C.V	C.F	C. V	C. F	C. V	C.F	C. V.
Costos Primos										
Mano de O. Directa		32444.64		34199.90		36050.11		38000.42		40056.24
Total Costo Primo		32444.64		34199.90		36050.11		38000.42		40056.24
Costos de Proceso de Producción										
Deprec. equipamiento juegos	2348,00		2348,00		2348,00		2348,00		2348,00	
Deprec. de maquinaria y equipo	464,00		464,00		464,00		464,00		464,00	
Amortización del activo diferido	280,00		280,00		280,00		280,00		280,00	
Total costo de proc de producción	3092,00		3092,00		3092,00		3092,00		3092,00	
Gastos Administrativos										
Depre. De Muebles y Enseres	298,40		298,40		298,40		298,40		298,40	
Sueldos Administrativos	14870,40		15674,89		16522,90		17412,79		18359,04	
Depre. De Equipo de Computación	302,22		320,22		302,22		302,22		302,22	
Servicios Básicos		4128,00		4351,32		4586,73		4834,87		5056,44
Suministros de Oficina		16,20		17,08		18,00		18,97		20,00
Arriendo		5400,00		5692,14		6000,08		6324,68		6666,85
Depreciación de Instalaciones	403,20		403,20		403,20		403,20		403,20	
Presupuesto suministro de labores		273,00		287,77		303,34		319,75		337,05
Total de gastos Administrativos	15874,22	9817,20	16678,71	10348,31	17526,72	10908,15	18416,61	11498,27	19362,86	12080,34
Ventas										
Publicidad y Propaganda	6960,00		7336,54		7733,45		8151,92		8592,94	
Total Gasto Ventas	6960,00		7336,54		7733,45		8151,92		8592,94	
Gastos Financieros										
Interés por préstamo	562,50		412,50		262,50		112,50		0	
Total Gastos Financieros	562,50		412,50		262,50		112,50		0	
TOTAL PRESUPUESTO COSTOS	26488,72	42261,84	27519,71	44548,21	28614,67	46958,26	29773,03	49498,69	31047,80	52136,58

Elaborado: Fidel Mendo

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.

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que detallamos en los cuadros que integran el presente trabajo y que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" para los años 1, 5 de vida útil del proyecto.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

COSTOS FIJOS.-Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

COSTOS VARIABLES.-Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación.

AÑO 1

$$C.F= 26488,72$$

$$C.V= 42261,84$$

$$\text{Ventas Año1}= 81554,32$$

En Función de la Capacidad Instalada

$$PE1 = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas} - \text{Costos Variables}} \times 100$$

$$PE1 = \frac{26488,72}{81554,32 - 42261,84} \times 100$$

$$PE1 = \frac{26488,72}{39292,49} \times 100$$

$$PE1 = 67,41$$

En Función de las Ventas

$$PE1 = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

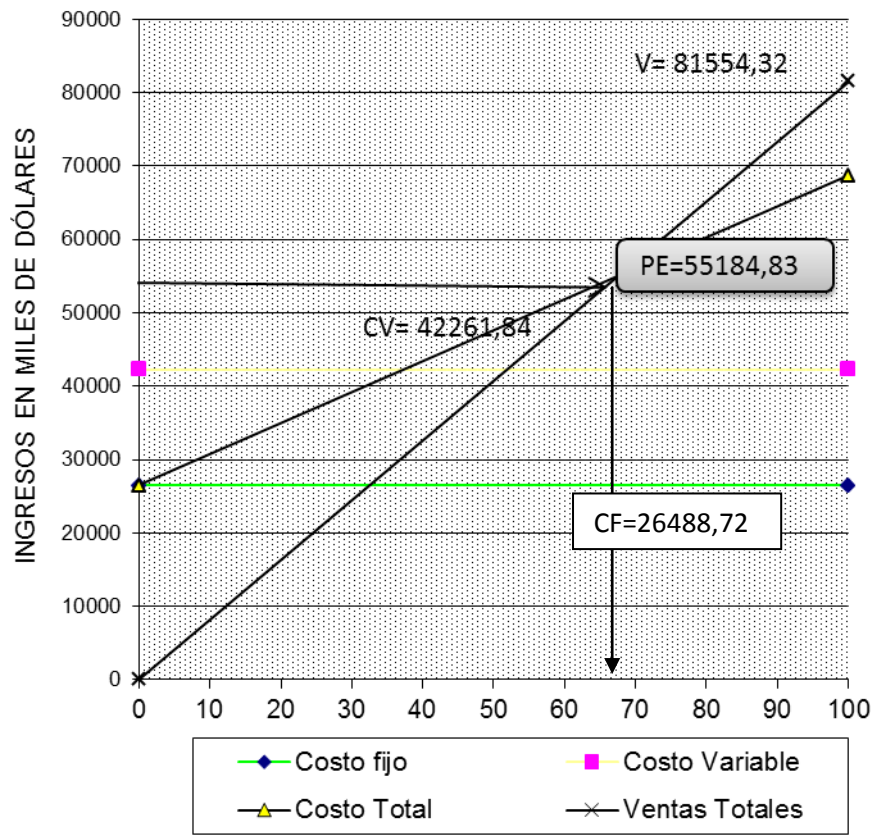
$$PE1 = \frac{26488,72}{1 - \frac{42261,84}{81554,32}}$$

$$PE1 = \frac{26488,72}{1 - 0,52}$$

$$PE1 = \frac{26488,72}{0,48}$$

$$PE1 = 55184,83$$

PRIMER AÑO



Elaborado: Fidel Mendoza

AÑO 5

$$C.F = 31047,80$$

$$C.V = 52136,58$$

$$\text{Ventas Año 5} = 117219,96$$

En Función de la Capacidad Instalada

$$PE5 = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas} - \text{Costos Variables}} \times 100$$

$$PE5 = \frac{31047,80}{117219,92 - 52136,58} \times 100$$

$$PE5 = \frac{31047,80}{65083,34} \times 100$$

$$PE5 = 47,70$$

En Función de las Ventas

$$PE5 = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

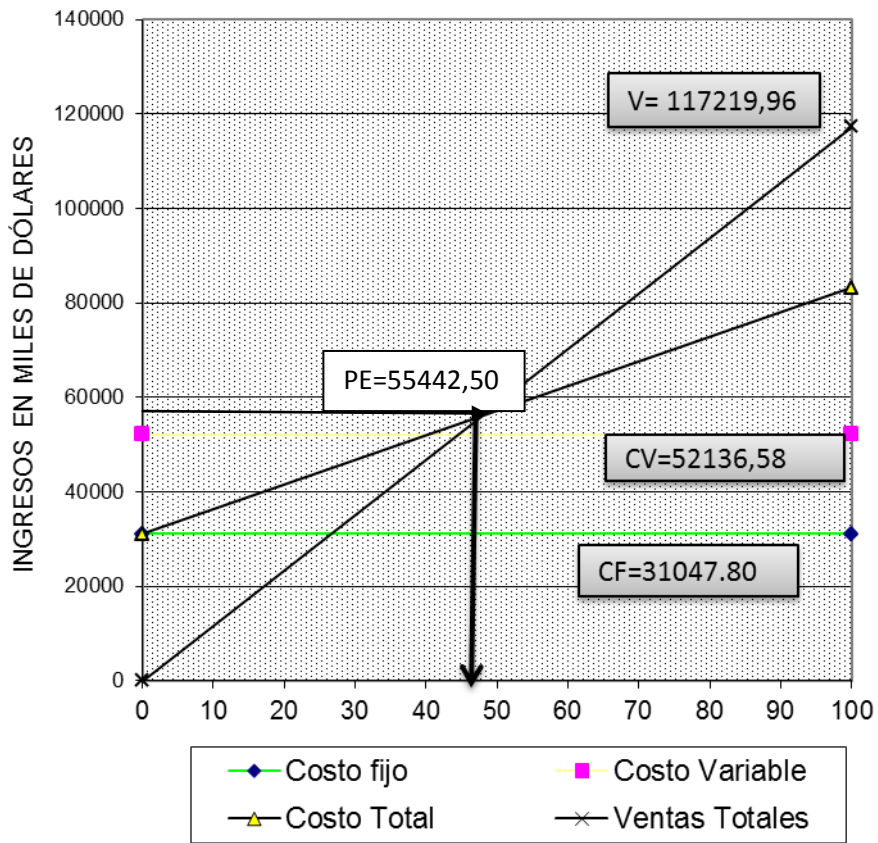
$$PE5 = \frac{31047,80}{1 - \frac{52136,58}{117219,96}}$$

$$PE5 = \frac{31047,80}{1 - 0,44}$$

$$PE5 = \frac{31047,80}{0,56}$$

$$PE5 = 55442,50$$

DÉCIMO AÑO



Elaborado: Fidel Mendoza

EVALUACION FINANCIERA

El objetivo de la Evaluación Financiera desde el punto de vista privado, es determinar el mérito de un proyecto, estimándose como tal el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario privado como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto.

FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja.

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

El Flujo de Caja, permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Los Flujos de Caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son éstos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos.

FLUJO DE CAJA

CUADRO N° 44

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		81554,32	90038,52	96833,88	107026,92	117219,96
Crédito Banco de Loja	5.000,00					
Capital propio	25518,24					
Valor de rescate				206,67		4.638,67
Total de ingresos	30.518,24	81.554,32	90.038,52	97.040,55	107.026,92	121.858,63
EGRESOS						
Activo Fijo	23777,22					
Activo Diferido	1400					
Activo Circulante	5341,02					
Presupuesto de operación		68750,56	72067,96	75572,89	79271,64	83184,38
Depreciación y Amort. A.D.		4.095,82	4.095,82	4.095,82	4.095,82	4.095,82
15% Utilidad a los trab		1.920,56	2.695,58	3.189,15	4.163,29	5.105,34
25% Impuesto a la Renta		2.720,80	3.818,74	4.517,96	5.898,00	7.232,56
Amortización de Capital		1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	
Total de egresos	30.518,24	70.546,10	75.736,46	80.434,18	86.487,11	91.426,46
FLUJO DE CAJA	0,00	11.008,22	14.302,06	16.606,37	20.539,81	30.432,17

VALOR ACTUAL NETO

El método del 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. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

En el presente caso el Valor Actual Neto es de **32.853,58** significa que el proyecto proporciona esa cantidad de remanente por sobre lo exigido por el inversionista o en otras palabras es la cantidad que renta más de lo esperado.

VALOR ACTUAL NETO
CUADRO N° 45

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUALIZADO
		12%	
0	30.518,24		
1	11.008,22	0,892857	9.828,77
2	14.302,06	0,797194	11.401,51
3	16.606,37	0,711780	11.820,09
4	20.539,81	0,635518	13.053,42
5	30.432,17	0,567427	17.268,03
		SUMA	63.371,82
			30.518,24
			32.853,58

ELABORACIÓN: El Autor.

V.A.N. = Sumatoria Flujo Neto Actualizado - Inversión

V.A.N. = 63.371,82 - 30.518,24

V.A.N. = 32.853,58

**PERIODO DE RECUPERACIÓN
CUADRO N° 46**

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO
0	30.518,24	
1		11.008,22
2		14.302,06
3		16.606,37
4		20.539,81
5		30.432,17
		TOTAL: 92.888,63

ELABORACIÓN: EI

Autor

$$\text{P.R.C.} = \frac{\text{SUMATORIA DEL FLUJO NETO - INVERSIÓN}}{\text{FLUJO AÑO QUE SUP. INV. (Ultimo año)}}$$

$$\text{P.R.C.} = \frac{92.888,63 - 30518,24}{30432,17}$$

$$\text{P.R.C.} = \frac{62370,39}{30432,17} = 2,05$$

P.R.C. = 2. años

0,05x 12 = 1. meses

La inversión se recuperará en 2 años, 1 mes.

TASA INTERNA DE RETORNO

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Se define a la "Tasa Interna de Retorno" TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

La TIR, utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Para el presente proyecto la TIR es 42,75 % siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, es decir que se encuentra sobre la tasa de oportunidad que le brinda la banca.

TASA INTERNA DE RETORNO

CUADRO N° 47

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		42,50%		43,00%	
0	-30.518,24		-30.518,24		-30.518,24
1	11.008,22	0,701754	7.725,07	0,699301	7.698,06
2	14.302,06	0,492459	7.043,18	0,489021	6.994,01
3	16.606,37	0,345585	5.738,92	0,341973	5.678,93
4	20.539,81	0,242516	4.981,23	0,239142	4.911,93
5	30.432,17	0,170187	5.179,15	0,167232	5.089,24
			149,31		-146,07

Elaborado: El Autor

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 42,50 + 0,5 \left(\frac{149,31}{149,31 - (-146,07)} \right)$$

TIR = 42,75

RELACION BENEFICO/COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

$B/C > 1$ Se puede realizar el proyecto.

$B/C = 1$ Es indiferente realizar el proyecto.

$B/C < 1$ Se debe rechazar el proyecto.

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1,29) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada \$1dólar invertido, se recibiría 0.29 centavos de utilidad.

Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que viene a continuación:

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

CUADRO N° 48

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		12%			12%	
1	68750,56	0,892857	61.384,43	81554,32	0,892857	72.816,36
2	72067,96	0,797194	57.452,14	90038,52	0,797194	71.778,16
3	75572,89	0,711780	53.791,29	96833,88	0,711780	68.924,44
4	79271,64	0,635518	50.378,56	107026,92	0,635518	68.017,54
5	83184,38	0,567427	47.201,05	117219,96	0,567427	66.513,75
			270.207,47			348.050,25

$$\begin{array}{r}
 \text{RELACION BENEFICIO COSTO} \\
 \text{INGRESO ACTUALIZADO} \\
 \text{-----} \\
 \text{COSTO ACTUALIZADO}
 \end{array}
 =
 \frac{348.050,25}{270.207,47}
 =
 \mathbf{1,29}$$

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 18,50% en los costos y una disminución del 11,17% en los ingresos.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.
- Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son POSITIVOS y menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos disminuidos o incrementados

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 11,17% EN LOS COSTOS.

CUADRO N° 49

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		10,31%			28,00%		30,00%	
						-30.518,22		-30.518,22
1	68750,56	75.838,74	81554,32	5.715,58	0,78125	4.465,29	0,76923	4.396,60
2	72067,96	79.498,17	90038,52	10.540,35	0,61035	6.433,32	0,59172	6.236,90
3	75572,89	83.364,45	96833,88	13.469,43	0,47684	6.422,72	0,45517	6.130,83
4	79271,64	87.444,55	107026,92	19.582,37	0,37253	7.295,00	0,35013	6.856,33
5	83184,38	91.760,69	117219,96	25.459,27	0,29104	7.409,62	0,26933	6.856,92
						1.507,74		-40,65

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 39,5 + 0,5 \left(\frac{1507,74}{1.507,74 + 40,65} \right)$$

NTIR = 29,95%

TIR DEL PROYECTO = 42,75%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif. Tir. = **12,80%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **29,95%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9999956**

101

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 8,10 % EN LOS INGRESOS
CUADRO N° 50**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			8,10%		28,00%		31,00%	
						-30.518,22		-30.518,22
1	68.750,56	81.554,32	74.948,42	6.197,86	0,7813	4.842,08	0,7634	4.731,19
2	72.067,96	90.038,52	82.745,40	10.677,44	0,6104	6.516,99	0,5827	6.221,92
3	75.572,89	96.833,88	88.990,34	13.417,45	0,4768	6.397,94	0,4448	5.968,37
4	79.271,64	107.026,92	98.357,74	19.086,10	0,3725	7.110,13	0,3396	6.480,85
5	83.184,38	117.219,96	107.725,14	24.540,76	0,2910	7.142,30	0,2592	6.361,09
6						1.491,22		-754,79

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 49,5 + 0,5 \left(\frac{1.491,22}{1.491,22 + 754,79} \right)$$

NTIR = 29,99%

TIR DEL PROYECTO = 42,75%

1) DIFERENCIA DE TIR
 Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir
 Dif.Tir. = **12,76%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN
 % Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100
 % Var. = **29,84%**

3) SENSIBILIDAD
 Sensib. = % Var./ Nueva Tir
 Sensibilidad = **0,9950611**

H. CONCLUSIONES

- ❖ El número de servicios son 188760 al año de la capacidad instalada de la empresa, de los cuales 169884 servicios serán nuestra capacidad utilizada o futuros clientes frecuentes. Por lo que se concluye que este número de niños constituyen la demanda insatisfecha, que el presente proyecto pretende atender.
- ❖ El tamaño del proyecto representaría el 50% de la demanda insatisfecha para servicios recreacionales en la ciudad urbana del cantón Loja.
- ❖ La empresa “CENTRO DE RECREACIÓN INFANTIL “, se constituirá con una sociedad anónima, principalmente por que la ley permite captar un número ilimitado de accionistas.
- ❖ La empresa “CENTRO DE RECREACIÓN INFANTIL S.A” será administrada de forma profesional, con un personal capacitado en el nivel ejecutivo, asesor, apoyo, y operativo con el objetivo de prestar un servicio de calidad a sus clientes.
- ❖ El personal que se requiere para el funcionamiento del centro recreativo, son 8 empleados, asignados a diferentes funciones,
- ❖ En la evaluación financiera se ha obtenido los resultados aplicados los siguientes indicadores económicos: El VAN con un valor positivo de **32852,58** la TIR es de **42,75%**. La Relación Beneficio costo es de \$1,29 indicador que sustenta la relación del proyecto, ya que por cada 1 dólar invertido se recibe una utilidad de 0.29 centavos de dólar. Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son POSITIVOS y menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos disminuidos o incrementados.

I. RECOMENDACIONES

- ❖ Captar y mantener el mercado potencial para el sector urbano de la ciudad de Loja, aplicando el Plan Estratégico diseñado para su efecto en donde se realiza los factores claves de éxito que son: producto, precio, plaza, promoción.
- ❖ De acuerdo a la demanda, incrementar el número de fiestas infantiles para captar un gran segmento de mercado que puede potencializarse con el funcionamiento del negocio
- ❖ Contar con aportes monetarios de los accionistas para mejorar la infraestructura del centro recreativo y fundamentalmente no requerir de créditos bancarios para su sustentación en el tiempo y abrir la posibilidad para implementar nuevos centros recreativos en la ciudad de Loja e incluso a nivel nacional.
- ❖ Se recomienda que la empresa “CENTRO DE RECREACIÓN INFANTIL S.A” para tener una mayor aceptación en el mercado tiene que ser administrada de manera profesional brindando un servicio de calidad.
- ❖ Por todos los antecedentes expuestos se recomienda, implementar y poner en funcionamiento un local comercial para el servicio de un Centro de Recreación Infantil ubicado en el sector del Valle, para la empresa “Papita”, puesto que técnica, económica y financieramente es viable y generará beneficios a sus accionistas en forma sustentable

J. BIBLIOGRAFÍA

BACA GABRIEL. Elaboración y Evaluación de proyectos de inversión

Editorial McGraw Hill, México 1997.

FONAPRE BID. Preparación de proyectos, Quito- Ecuador.

JEAN- JACQUES lambin, MARKETING ESTRATEGICO, tercera edición, España 1995.

NACIONES Unidas. Manual de proyectos de desarrollo Económico .

PASACA MORA; Manuel Enrique. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.

PASACA MORA; Manuel Enrique. Manual para Proyectos de Graduación a Nivel Superior.

RICANA S.A Santa fe de Bogotá.

RONALD M. Weiers, INVESTIGACION DE MERCADOS

SAPAG CHAIN Nassir y Reinaldo, PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS.

FERNANDEZ GARCIA, Raul“ Metodología de la Investigación”.

K. ANEXOS

PRESUPUESTO EQUIPAMIENTO JUEGOS PARA EL LOCAL

ANEXO N° 1

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
Casa Club Climber	1	720.00	720.00
Resbaladera	1	450.00	450.00
Estructura/ resbaladera	1	250.00	250.00
Piscina(bolas)	1	350.00	350.00
Resbaladera Fold&Store	1	100.00	100.00
Castillo Inflable	2	400.00	800.00
Maquina intentos	4	300.00	1200.00
Vagon Runabout	2	50.00	100.00
Mesa Plegable	2	150.00	300.00
Mesa tipo picnic	2	160.00	320.00
Cocina InteractiveCooking	1	180.00	180.00
Rompecabezas Gallerry (1,000pz)	5	6.00	30.00
Micro Tubo	1	40.00	40.00
Casa Armable de Princesa	2	180.00	360.00
Casa de Campo	1	320.00	320.00
Estrcutura Tipo C	1	430.00	430.00
Trampolin	2	60.00	120.00
CazeboKids Tipo C (Accesorios)	2	20.00	40.00
Pelota / Agarradera	3	5.00	15.00
Plastina Play DohCrystan	2	15.00	30.00
EstrcuturaClimber	3	350.00	1050.00
Columpio 5 Stations	1	200.00	200.00
Juguetes Varios (niños niñas)		1000.00	1000.00
Karaoke (2800 canciones)	1	280.00	280.00
TV LCD 32"+ DVD Sansug	1	2200.00	2200.00
Disfraces para niños	48	25.00	1200.00
Piscina flotante	1	700.00	700.00
Cocodrilo Inflable	1	250.00	250.00
Simulador de vuelo	2	190.00	380.00
Mesa de fútbolín	2	100.00	200.00
Tabla de ajedrez	2	30.00	60.00
Soporte brinca y pega	2	500.00	1000.00
TOTAL			14675.00

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN: El autor

DEPRECIACIÓN DE EQUIPAMIENTO JUEGOS

ANEXO 1.A

AÑO	VALOR RELATIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	14675.00	2935		11740
1	11740		2348	9392
2	9392		2348	7044
3	7044		2348	4696
4	4696		2348	2348
5	2348		2348	0

Elaborado: El Autor

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA (OBREROS)

ANEXO N° 2

DENOMINACIÓN	VALORES	
Sueldo Básico		320.00
Décimo tercer Sueldo	12	26.67
Décimo Cuarto sueldo	12	26.67
Vacaciones	24	13.33
IESS	11.15%	35.68
IECE	0.5%	1.60
Fondos de Reserva	12	26.67
Líquido a Pagar		450.62
N° de Obreros	6	2703.72
Total Mes		2703.72
Total Anual		32444.64

FUENTE: Inspectoría de Trabajo

ELABORACIÓN: El autor

NOTA: el porcentaje del incremento para las respectivas proyecciones es de 5.41% de inflación anual del 2011 según el Banco Central del Ecuador.

Proyección de Mano de Obra Directa

ANEXO 2.A

AÑOS	INCREMENTO 5.41%
2012	32444.64
2013	34199.90
2014	36050.11
2015	38000.42
2016	40056.24

Elaborado; El Autor

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

ANEXO N°3

DENOMINACIÓN	VALORES	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA
Sueldo Básico		500	380
Décimo Tercer Sueldo	12	41.67	31.67
Décimo Cuarto Sueldo	12	41.67	31.67
Vacaciones	24	20.83	15.83
IESS	11.15%	55.75	42.37
IECE	0.5%	2.50	1.90
Fondos de Reserva	12	41.67	31.67
Líquido a Pagar Mensual		704.09	535.11
TOTAL ANUAL		8449.08	6421.32
TOTAL GERENTE SECRETARIA CONTADORA		14870.40	

ELABORACIÓN: El autor

Proyección de Gastos Administrativos

ANEXO N°3.A

AÑOS	INCREMENTO 5.41%
2012	14870.40
2013	15674.89
2014	16522.90
2015	17416.79
2016	18359.04

Elaborado; El Autor

PRESUPUESTO DE EQUIPO PARA LA PRODUCCIÓN

ANEXO N° 4

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VAOLOR TOTAL
Equipo de Sonido	1	800.00	800.00
Caja Registradora	1	200.00	200.00
Lector de tarjetas de crédito	1	650.00	650.00
Casilleros (boques 5)	5	80.00	400.00
Cámaras de seguridad	3	200.00	600.00
Programa de grabación	1	250.00	250.00
TOTAL			2900.00

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN: El autor

Depreciación de Equipo para el servicio

ANEXO N° 4.A

AÑO	VALOR RELATIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	2900.00	580		2320
1	2320		464	1856
2	1856		464	1392
3	1392		464	928
4	928		464	464
5	464		464	0

Elaborado; El Autor

PRESUPUESTO DE ARRIENDO

ANEXO N° 5

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR. MENSUAL	VALOR ANUAL
Local para prestar servicio	1	450.00	5400.00
Total			5400.00

FUENTE:Hostal el Valle
ELABORACIÓN:El autor

Proyección Para Arriendo

ANEXO N° 5.A

AÑOS	INCREMENTO 5.41%
2012	5400.00
2013	5692.14
2014	6000.08
2015	6324.68
2016	6666.85

Elaborado; El Autor

PRESUPUESTO PARA SUMINISTRO DE TRABAJO

ANEXO N° 6

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Camiseta	20	10.00	200.00
Tarjeta de Identidad	9	2.00	18.00
Guantes (pares)	5	3.00	15.00
Delantales de corosil	5	6.00	30.00
Mascarillas	5	2.00	10.00
TOTAL			273.00

FUENTE:Almacenes de la ciudad
ELABORACIÓN:El autor

Proyección Para Suministro de Trabajo

ANEXO N° 6.A

AÑOS	INCREMENTO 5.41%
2012	273.00
2013	287.77
2014	303.34
2015	319.75
2016	337.05

Elaborado; El Autor

PRESUPUESTO PARA INSTALACIONES Y ADECUACIONES

ANEXO N° 7

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Lámparas de 10 amp	10	5.00	50.00
Interruptores	10	1.00	10.00
Rollo de alambre N° 12	1	15.00	15.00
Rollo de alambre N° 10	1	20.00	20.00
Medidor Trifásico	1	250.00	250.00
Breaker con cajas	1	25.00	25.00
Pintura en paredes		850.00	850.00
Decoración		900.00	900.00
Otros		400.00	400.00
TOTAL			2520.00

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN: El autor

Depreciación Para Instalaciones

ANEXO N° 7.A

AÑO	VALOR RELATIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	2520.00	504		2016
1	2016		403.20	1612,80
2	1612,80		403.20	1209,60
3	1209,60		403.20	806,40
4	806,40		403.20	403,20
5	403,20		403.20	0

Elaborado; El Autor

PRESUPUESTO DE AGUA, LUZ Y TELEFONO

ANEXO N° 8

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Agua	40M ³	1.60	64.00	768,00
Luz	550(KW./h)	0.48	264.00	3168.00
Teléfono	1	16.00	16.00	192,00
TOTAL			344.00	4128.00

FUENTE:ERSA, CNT,
ELABORACIÓN:El autor

Proyección de Agua, Luz y Teléfono

ANEXO N° 8.A

AÑOS	INCREMENTO 5.41%
2012	4128.00
2013	4351.32
2014	4586.73
2015	4834.87
2016	5096.44

Elaborado; El Autor

PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA

ANEXO N° 9

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Butaca de tres personas	1	120	120.00
Mesa de centro	1	50.00	50.00
Archivadores aéreos	3	75.00	225.00
Silla secretaria	3	70.00	210.00
Escritorios	3	250.00	750.00
Sillón ejecutivo	1	180.00	180.00
Teléfono inalámbrico	2	60.00	120.00
Fax copiadora	1	180.00	180.00
Perforadoras	3	5.00	15.00
Grapadoras	3	5.00	15.00
TOTAL			1865.00

FUENTE:Almacenes de la ciudad
ELABORACIÓN:El autor

Depreciación de Muebles y Equipos de Oficina

ANEXO N° 9.A

AÑO	VALOR RELATIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	1865.00	373		1492
1	1492		298.40	1193,60
2	1193,60		298.40	895,20
3	895,20		298.40	596,80
4	596,80		298.40	298,40
5	298,40		298.40	0

Elaborado; El Autor

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE CÓMPUTO

ANEXO N° 10

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	1	540.00	540,00
Impresora multi función lexmark(3 en 1)	1	80.00	80.00
TOTAL			620.00

FUENTE:Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN:El autor

Depreciación de Equipo de Computo

ANEXO N° 10.A

AÑO	VALOR RELATIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	620	206,67		413,33
1	413,33		137.78	275,55
2	275,55		137.78	137,77
3	137,77		137.78	0

Elaborado; El Autor

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE CÓMPUTO

ANEXO N° 11

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	1	640.00	640,00
Impresora multi función lexmark(3 en 1)	1	100.00	100.00
TOTAL			740.00

FUENTE:Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN:El autor

Depreciación de Equipo de Computo

ANEXO N° 11.A

AÑO	VALOR RELATIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	740	246.67		493.33
1	493,33		164,44	328,89
2	328,89		164,44	164,44
3	164,44		164,44	0

Elaborado; El Autor

PRESUPUESTO DE SUMINISTRO DE OFICINA

ANEXO N° 12

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Papel bond	250	0.007	1.75
Papel copia	250	0.007	1.75
Lápices	6	0.20	1.20
Esferográficos	6	2.25	1.50
Otros			10.00
TOTAL			16.20

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN: El autor

Proyección de Suministro de Oficina

ANEXO N° 12.A

AÑOS	INCREMENTO 5.41%
2012	16.20
2013	17.08
2014	18.00
2015	18.97
2016	20.00

Elaborado; El Autor

PRESUPUESTO POR PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

ANEXO N° 13

DENOMINACIÓN	DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	150 Cuñas	100.00	1200,00
TV local	150 spot AAA	400.00	4800,00
Hojas Volantes		80.00	960,00
TOTAL			6960.00

FUENTE: empresas de comunicación de la ciudad

ELABORACIÓN: El autor

Proyección de Publicidad y Propaganda

ANEXO N° 13.A

AÑOS	INCREMENTO 5.41%
2012	6960.00
2013	7336.54
2014	7733.45
2015	8151.92
2016	8592.94

Elaborado; El Autor

PRESUPUESTO DEL ACTIVO DIFERIDO

CUADRO N° 14

DENOMINACIÓN	VALOR TOTAL
Constitución Legal Empresa	800
Pago Abogado	300
Permiso Municipal	100
Permiso Bomberos	100
Patentes	100
TOTAL	1400

Elaborado; El Autor

AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO

ANEXO N° 16

AÑO	AMORTIZACIÓN
2012	280
2013	280
2014	280
2015	280
2016	280

Elaborado; El Autor

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

ANEXO N° 17

CAPITAL			5000.00	
INTERES	12%		PAGO	
TIEMPO	4 AÑOS		SEMESTRAL	
SEMESTRE	CAPITAL	INTERES	DIVIDENDO	CAPITAL RESIDUAL
0				5000.00
1	625	300.00	925.00	4375.00
2	625	262.50	887.50	3750.00
3	625	225.00	850.00	3125.00
4	625	187.50	812.50	2500.00
5	625	150.00	775.00	1875.00
6	525	112.50	737.50	1250.00
7	625	75.00	700.00	625.00
8	625	37.50	662.50	00.00
TOTAL	5000.00	1350.00		

Elaborado; El Autor

ANEXO N° 18

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Estimado Sr (a):

De la manera más comedida le solicito me colabore respondiendo honestamente el siguiente cuestionario, cuyas respuestas serán de mucho aporte para el desarrollo del proyecto de tesis.

1. Cuál es su ingreso familiar mensual?

a) 292-500 ()

b) 501-1000 ()

2. Acostumbra usted llevar a recrear a sus niños(as).

SI ()

NO ()

3. Con cuántos niños menores a 12 años cuenta su familia

Un niño ()

Dos niños ()

Tres niños ()

4. Cuáles centros de recreación infantil privados usted conoce?

Vallto ()

Hipervalle ()

Supemaxi ()

Otros ()

5. Adonde acostumbra usted llevar a hacer recrear a sus niños(as).

a) Centros de recreación infantil privados ()

b) Centros de recreación infantil públicos ()

6. Señale con una X los aspectos que usted considera al momento de visitar los centros de recreación infantil privados.

a) Calidad ()

b) Precio ()

c) Seguridad ()

d) Instalaciones ()

e) U. Geográfica ()

f) Otros ()

7. Cuánto paga Ud. Por hacer uso de los servicios de recreación infantil privados.

a) Un dólar ()

b) Dos dólares ()

c) Tres dólares ()

d) Cuatro dólares ()

e) Cinco dólares ()

8. **A qué hora del día es de su preferencia para visitar los centros de recreación infantil.**
- a) Mañana ()
 - b) Tarde ()
 - c) Noche ()
9. **Si se implementaría una empresa de servicio de recreación infantil en la ciudad de Loja, estaría usted dispuesto(a) a llevar a sus niños a hacer uso de este servicio.**
- a) SI ()
 - b) NO ()
10. **Con que frecuencia estaría usted dispuesto(a) a ser uso de este servicio.**
- a) Diario ()
 - b) Semanal ()
 - c) Quincenal ()
 - d) Mensual ()
 - e) Trimestral ()
11. **Si se implementaría esta empresa de recreación infantil, donde le gustaría que este ubicada.**
- a) El Sagrario ()
 - b) El Valle ()
 - c) San Sebastián ()
 - d) Sucre ()
12. **Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por este servicio.**
- a) Un dólar ()
 - b) Dos dólares ()
 - c) Tres dólares ()
 - d) Cuatro dólares ()
 - e) Cinco dólares ()
13. **Cuantos servicios (juegos) estaría usted dispuesto a pagar para que sus hijos realicen actividad recreativa.**
- a) 1-2 juegos ()
 - b) 3-4 juegos ()
 - c) 5-6 juegos ()

14. Qué tipo de promoción le gustaría que le ofrezca la nueva empresa de recreación infantil?

a) Descuentos () c) Rifas ()

b) Regalos () d) Otros ()

15. A través de que medios de comunicación le gustaría informarse sobre la existencia de un nuevo centro de recreación infantil?

a) Radio () d) Internet ()

b) Televisión () e) Hojas Volantes ()

c) Prensa Escrita () f) Vallas Publicitarias ()

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	II
AUTORÍA	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
TEMA.....	1
RESUMEN	2
ABSTRACT.....	4
INTRODUCCIÓN	6
REVISIÓN DE LITERATURA	9
EMPRENDIMIENTO	9
MERCADOTECNIA	9
ADMINISTRACION DE LA PRODUCCIÓN.....	12
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA.....	16
MARCO REFERENCIAL.....	21
MATERIALES Y MÉTODOS	26
RESULTADOS	29
DISCUSIÓN	49
CONCLUSIONES	116
RECOMENDACIONES	117
BIBLIOGRAFÍA	118
ANEXOS	119
ÍNDICE	