



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

PROPUESTA DE RECONVERSION DE LOS ESPACIOS  
(USADOS POR LOS CASINOS), PARA EL BUEN USO DE LAS  
PRACTICAS RECREACIONALES (RECREACIÓN INFANTIL) EN  
LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERO COMERCIAL

AUTORES

DIANA LETICIA RIVERA GONZÁLEZ

JOSÉ LUIS TACURI

TUTOR

ECON. JORGE GARCÍA REGALADO

Guayaquil, Octubre del 2011

## **DEDICATORIA**

### **A DIOS:**

*Por habernos iluminarnos con la idea de nuestro proyecto y principalmente por habernos brindado vida, para quedar satisfecho por nuestro sueño con éxito y alegría.*

### **A NUESTROS PADRES Y HERMANOS:**

*Por apoyarnos incondicionalmente en este trabajo haciendo con sus ideas, posible la creación de la maqueta.*

### **A NUESTROS PROFESORES:**

*Por orientarnos a una asesoría contundente siempre que la necesitábamos, por la oportunidad de realizar nuestro proyecto sin ningún inconveniente.*

### **A LOS NIÑOS:**

*Por ser seres humano, que necesitan de distracción y recreación, por ser motivo de nuestra inspiración para el desarrollo de este proyecto.*

## **RECONOCIMIENTO**

Agradecemos profundamente al personal del casino CAMELOT, CASINO SOL, que nos permitieron tomar como referencia las medidas físicas de su establecimiento para emprender nuestra área de recreación infantil.

Agradecemos al Lcdo. Orvieto quien nos ofreció su ayuda en la explicación de los tramos con la que contaba el casino bajo su administración y sobre el emprendimiento al hacer hincapié de hacer posible nuestro proyecto.

A nuestro Director de Tesis, Economista Jorge García Regalado por su infinita paciencia y dedicación y por haber estado siempre dispuesto a ayudarnos en todo lo que hemos necesitado, a nuestro estimado Decano Hugo Fernández y Directora de carrera Mariuxi Guzmán por la excelente gestión realizada en la Facultad.

A nuestros profesores por habernos educado en estos VIII semestres y habernos brindado un poquito de los conocimientos personales, por instruirnos. Por crear en nosotros unos emprendedores capaces de formar nuestras propias ideas, de motivarnos a salir delante. Y sobre todo por iniciarnos a no sólo pensar en grande, ¡SINO A SER GRANDES!



**6.1. CAPITULO I:**

<b>NECESIDADES DE UN CENTRO DE RECREACION INFANTIL.....</b>	<b>24</b>
6.1.1. Establecer la oportunidad dentro de la idea de negocios.....	24
6.1.2. Integrar la solución al plan de negocios.....	24
6.1.3. Reunir el capital.....	25
6.1.4. Dirección del funcionamiento.....	25
6.1.5. Vencer a la competencia.....	25
6.1.6. Desafíos y gastos imprevistos.....	25
6.1.7. Mantenerse actualizado respecto de los cambios en la industria de entretenimiento infantil.....	25

**6.2. CAPITULO II:**

<b>FACTORES DE REINVENCIÓN.....</b>	<b>26</b>
6.2.1 Análisis de las necesidades.....	26
6.2.2 Promedio de empresas liquidadas.....	27

**6.3. CAPITULO III:**

<b>TAMAÑO DEL MERCADO.....</b>	<b>29</b>
6.3.1. Tamaño de la Muestra.....	29
6.3.2 Tabulación de encuestas.....	32
6.3.3 Tamaño de las instalaciones.....	32
6.3.4 Distribución de áreas.....	32
6.3.5 Estudio de Localización.....	34
i. Factores de Localización.....	34
ii. Método cualitativo por puntos.....	34

**6.4. CAPITULO IV:**

<b>ESTRATEGIAS PARA ALCANZAR EL MERCADO META.....</b>	<b>36</b>
6.4.1 Características del mercado.....	36
6.4.2 Buscar el personal Idóneo.....	36
6.4.3 Matriz de Crecimiento.....	37
6.4. 4 Macro Segmentación.....	38
6.4.5 Micro Segmentación.....	38

6.4.6	Matriz de Implicación.....	40
6.4.7	Análisis sectorial (Fuerzas de Porter).....	41
	Amenaza de nuevos competidores.....	42
	Rivalidad entre competidores.....	43
	Amenaza de ingreso de productos sustitos.....	43
	Poder de negociación de los compradores.....	44
	Poder de negociación de los proveedores.....	44
6.4.8	Marketing mix.....	44
	Producto.....	45
	Precio.....	46
	Plaza.....	47
	Promoción.....	48
<b>6.5.</b>	<b>CAPITULO V:</b>	
	<b>ESTUDIO TÉCNICO, INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y SU ANALISIS.....</b>	<b>53</b>
6.5.1.	Estudio Técnico.....	53.
6.5.1.	Antecedentes de estudio Técnico.....	53
<b>6.6.</b>	<b>CAPITULO VI:</b>	
	<b>DETERMINAR EL PROCESO DE SERVICIOS Y DELEGAR FUNCIONES...65</b>	
6.6.1	Misión.....	65
6.6.2	Visión.....	65
6.6.3	Organigrama.....	65
6.6.4	FODA.....	66
<b>6.7.</b>	<b>CAPITULO VII:</b>	
	<b>EVALUACION FINANCIERAS DEL PROYECTO.....</b>	<b>68</b>
6.7.1.	Balance de Equipos y Maquinarias.....	68
6.7.2.	Balance de Obras Físicas.....	69
6.7.3.	Ingresos por Productos.....	70
6.7.4.	Gastos de sueldos y Salarios.....	71
6.7.5.	Gastos de Servicios Básicos.....	72
6.7.6.	Gastos de Publicidad.....	72
6.7.7.	Depreciación de Equipos.....	73

6.7.8. Balance General.....	74
6.7.9. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	75
6.7.10. Flujo de Caja.....	76
<b>Conclusiones y recomendaciones.....</b>	<b>77</b>
Conclusiones.....	77
Recomendaciones.....	79
<b>Referencias.....</b>	<b>80</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>82</b>

## INDICE DE GRÁFICOS

### 6.2. Capítulo N 2

2.1 GRAFICO DE DESEMPLEO.....	26
2.2 GRAFICA DEL TOTAL DE ACCIONES.....	28

### 6.3. CAPITULO N 3

3.1 GRAFICA DEL SEXO.....	30
3.2 DEMANDA POBLACIONAL.....	31
3.3. DISTRIBUCION DE AREAS.....	32
3.4. GRAFICO DE DISTRIBUCION DE AREA.....	33
3.5. GRAFICO DE TABLA DE METODO CUANTITATIVO.....	35

### 6.4. CAPITULO N 4

4.1. MATRIZ DE CRECIMIENTO.....	37
4.2. EVOLUCION DEMGRAFICA.....	39
4.3. DEMANDA POBLACIONAL.....	40
4.4. MATRIZ DE IMPLICACION.....	40
4.5 FUERZAS DE PORTER.....	42
4.6 CUADRO DE TARIFAS-PUBLICIDAD EL UNIVERSO.....	49
4.7 LOGO DE EMPRESA PUBLICACION.....	50
4.8.CUADRO DE PRECIOS PARA PUBLICIDAD-PRENSA.....	50
4.9 CUADRO DE UBICACIÓN Y TIPO DE BANERS.....	51
4.10 CUADRO DE PRECIOS PARA PUBLICIDAD-RADIO.....	52

**6.5. CAPITULO N 5**

5.1 GRAFICO JUEGOS- BRINCOLÍN.....	53
5.2. GRAFICO DE CARRUSELES.....	54
5.3. GRÁFICO DE PISCINA CON PELOTAS.....	55
5.4 GRAFICO DE FUTBOLITO.....	56
5.5 GRAFICO DE COLUMPIOS DE MADERA.....	56
5.6 GRAFICO DE BUMPER CARS.....	58
5.7 GRAFICO DE PUM IT UP.....	59
5.8 GRAFICO DE CPU MULTIJUEGOS.....	60
5.9 GRAFICO DE MAQUINA AIR HOCKEY.....	61
5.10. GRAFICO DE JUEGO DE BASQUET.....	62
5.11 GRAFICO DE CARROS DE CARRERA.....	63
5.12 GRAFICO DE MOTOS DE CARRERAS.....	63
5.13. GRAFICO DE CARITAS PINTADAS.....	64

**6.6. CAPITULO N 6**

6.1 GRAFICA ORGANIGRAMA.....	65
------------------------------	----

**6.7. CAPITULO N 7**

7.1. Balance de Equipos y Maquinarias.....	68
7.2. Balance de Equipos.....	68
7.3. Balance de Equipos de Bar.....	69
7.4. Balance de Obras Físicas.....	69
7.5. Ingresos por Productos.....	70
7.6. Gráfico de Gastos de sueldos y Salarios.....	71
7.7. Gráfico de Gastos de Servicios Básicos.....	72
7.8. Gráfico Gastos de Publicidad.....	72
7.9. Precios de Publicidad.....	73
7.10. Depreciación de Equipos.....	73
7.11. Balance General.....	74
7.12. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	75
7.13. Flujo de Caja.....	76

## RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente trabajo de investigación lo realizamos con la finalidad de implementar un área de recreación infantil ubicada en el norte de la ciudad de Guayaquil. Al estudiar los factores que incentivan el cierre de los juegos de azar usualmente conocidos como casinos y de acorde con estas instalaciones, nos decidimos a tomar riesgos y establecer una microempresa denominada **“CHIQUIS PARK”**.

Para el análisis cualitativo y cuantitativo de este emprendedor negocio en diferentes sectores (especialmente zona Norte), pudimos darnos cuenta que esta acción va a tener mucha acogida ya que el sector carece de zonas animadas que permitan entusiasmar a niños y padres de familia en todos los ámbitos; incluso la oportunidad de socializarse con las personas del Sur y centro de la ciudad.

A través de entidades públicas y privadas se puede asesorar un buen desenvolvimiento para el sustento implementación de nuevos rubros a la economía, jurídico y de entrenamiento, que se necesita en esta investigación que es de bienestar social

## INTRODUCCIÓN

La diferenciación de un negocio con otro se define utilizando estrategias de marketing y logística, basada en crear una percepción de mercado para que el cliente lo diferencie claramente. El siguiente trabajo de investigación lo realizamos con la finalidad de implementar un área de recreación infantil ubicada en el norte de la ciudad de Guayaquil. Al estudiar los factores que incentivan el cierre de los juegos de azar usualmente conocidos como casinos y de acorde con estas instalaciones, nos decidimos a tomar riesgos y establecer una microempresa denominada “**CHIQUIS PARK**”.

El proyecto toma el riesgo de establecer una actividad muy diferente a la que venían desarrollando los casinos con esta idea de negocios de la Reutilización de los recursos dejados por los casinos, lo que se está buscando es mantener la actividad económica, pero que dependerá de la responsabilidad y compromiso tanto de los dueños como los trabajadores de los casinos para implementar esta nueva actividad económica que es el entretenimiento infantil. De acorde con esta definición es importante equilibrar las características que nuestro negocio posee con la de otras zonas de recreación, debido a que será la única forma de crear una aceptación rápida y exclusiva en la ciudad, traducida en un valor superior para sus visitantes en la frecuentación del local

Esta tesis cuenta con ocho capítulos, las cuáles se describen de la siguiente manera:

Capítulo I: Este capítulo menciona las necesidades que impulsaron la propuesta de reconversión de un casino en un centro recreacional infantil en la ciudad de Guayaquil

Capítulo II: Se determinaran los factores que impulsaron la propuesta de reconversión

Capítulo III: Se analizará el tamaño de mercado que impulsa la propuesta de reconversión del casino en un centro de recreación infantil.

Capítulo IV: Encontraremos las estrategias a utilizar para alcanzar el mercado meta en el proyecto de reconversión.

Capítulo V: Describiremos el espacio físico como va estar distribuido los juegos del centro de recreación infantil con el fin de dar la mejor diversión y entretenimiento para nuestros clientes

Capítulo VI: Expresaremos el proceso de servicio y se determinara cuales la responsabilidad de cada uno de los empleados.

Capítulo VII: En este capítulo analizaremos la Inversiones y el financiamiento, y la rentabilidad del proyecto de reconversión

Capítulo VIII: Definiremos las conclusiones y las recomendaciones de la propuesta de reconversión

## JUSTIFICACION

Hemos decidido implementar un área recreacional en el Norte de la ciudad de Guayaquil, con el fin de mejorar el desarrollo intelectual, recreativo y emotivo de los niños y niñas incrementando así un área en donde se incluirían resbaladeras, columpios, juegos mecánicos, virtuales, entre otros, con el fin de que este trabajo de emprendimiento tenga éxito y lleguemos a ser reconocidos además de nuestros servicios brindados por la importancia en el desarrollo y crecimiento económico.

El propósito de ejecutar este proyecto se basa en las amplias oportunidades de llegar al cliente, aprovechando el espacio y la infraestructura que obtengamos de un juego de azar.

El proyecto comprende diferentes áreas que buscan ofrecer un mejor servicio y brindarle un valor agregado a los clientes. Cada servicio complementario del local va dirigido a un grupo de consumidores con gustos, preferencias y necesidades específicas. La idea es muy atractiva para los clientes.

La planeación y organización del talento humano va a recibir capacitaciones para que de una u otra manera pueda tratar a nuestros niños que frecuentan nuestra localidad. Los principales campos que habrá a disposición serán servicios de limpieza, de aseo personal, de emergencia y de comida. Estos servicios se destacan por la necesidad del cliente.

Es de gran importancia comprender esta implementación para la economía y su impacto en los diferentes escenarios; ya que se puede determinar el uso del espacio físico del centro recreacional, identificando un diseño de acorde a las expectativas y necesidades de los niños y padres.

Además de vincular a los niños en los programas de recreación también se socializan los padres.

Lo que necesitamos explotar es la infraestructura con la que contamos para hacer de esta una buena práctica económica. El personal que se contrate debe estar calificado para todas las áreas del centro recreativo, debido a que habrán eventos, contratos, y nuestro propósito es el brindar confianza, buen servicio, óptimo y de primera calidad.

Todas estas actitudes tienen un fin, y es el ofrecer a los niños la oportunidad de desarrollar sus capacidades físicas y mentales con criterio; por medio de esta investigación expondremos la oportunidad de hacerles ver que es muy importante la existencia de un área recreativa a la que sacaremos provecho lo más que se pueda, dando un buen uso de ella.

Nuestro mundo está cambiando y sigue en marcha por los enormes avances tecnológicos que están modificando nuestra forma de actuar y manejarnos cotidianamente lo que han propiciado a las nuevas estructuras económicas. La mayor transformación en nuestra sociedad, en nuestra vida cotidiana, en nuestro trabajo, universidad, etc. es la convivencia que tenemos con los demás que poseen diferentes culturas, valores y creencias.

## MARCO REFERENCIAL

### ○ **Reutilización de los Activos**

#### • **Definición**

Un objeto reutilizable “Un componente que tiene un contenido de instrucción, por lo que afirman que el conocimiento reside en el recurso” Wylie (citado por Griffiths y otros, 2005) “cualquier entidad, digital o no, que puede ser utilizada para el aprendizaje, enseñanza o entrenamiento” IEEE (citado por Griffiths y otros, 2005)<sup>1</sup>

#### • **Reutilizar**

Es la acción de volver a utilizar los bienes o productos. La utilidad puede venir para el usuario mediante una acción de mejora o restauración, o sin modificar el producto si es útil para un nuevo usuario.

La utilización es una estrategia a largo plazo por la que una organización puede reutilizar de una manera rápida, componentes ya existentes cuando está respaldada por un compromiso a largo plazo de todos los miembros de la organización la reutilización puede producir mayores ahorros de la planificación y esfuerzos que cualquier otra técnica de desarrollo rápido.

La reutilización también puede implementarse de forma oportunista como estrategia a corto plazo, este enfoque a corto plazo también puede producir ahorros significativos de planificación y esfuerzo, siempre y cuando sea una reestructuración ya planificada. Construir desde la reutilización obliga a modificar la manera de proyectar: se diseña a partir de lo que se tiene. Un proyecto podrá realizarse si se dispone de los materiales para lograr el cambio que se necesita implementar en el mismo.

---

1. *Reutilización adaptable de estructuras*

## **Activo**

- **Definición**

Los activos de una empresa representa el valor de todas las propiedades de la misma.

Normalmente se clasifica en tres tipos de activos<sup>2</sup>:

- **Circulante.** Representa la liquidez de la empresa, ya que estos activos se pueden convertir en efectivo en un corto plazo. Incluye los valores en caja, bancos, cuentas por cobrar, deudores, inventarios, etc.
- **Diferido.** El Activo diferido son posesiones o inversiones de la empresa que no se pueden convertir en efectivo en el corto plazo. Se incluyen en este apartado las inversiones a largo plazo, préstamos efectuados a largo plazo, anticipos de impuestos, etc.
- **Fijo.** Se incluyen aquí las inversiones de la empresa en inmuebles, herramienta, vehículos, maquinaria, etc.

Por reforma de la consulta popular los casinos y salas de juegos de la ciudad de Guayaquil ya no deberán seguir funcionando bajo esa actividad Económica. El proyecto que se presenta, analizara la reutilización de los activos de los casinos y salas de juegos en la ciudad de Guayaquil para realizar otro tipo de actividad económica que brinde la posibilidad de ingresar nuevamente al mercado con otro tipo de actividad económica rentable, y de esta manera se dé continuidad a al desarrollo económico y fuentes de empleo que a causa de la reforma de ley se tendría que dejar

---

2. [www.economia.com.mx/activo\\_de\\_una\\_empresa.htm](http://www.economia.com.mx/activo_de_una_empresa.htm) - En caché

○ **Tipos de Reutilización**

La reutilización es el proceso de adaptación de las estructuras antiguas para fines distintos de los inicialmente previstos. Cuando el uso original de la estructura o los cambios ya no es necesario, como ocurre con las casa de juegos y casinos de la ciudad de Guayaquil, que por disposición de la consulta popular deberán cerrar sus funciones. El proyecto busca brindar la oportunidad de cambiar la función principal de la estructura de los casinos, conservando algunos de los detalles arquitectónicos existentes con el objetivo de crear un establecimiento sea único.

**Reutilización prevista**

Un equipo diseña estratégico componentes de modo que sean reutilizables en los proyectos futuros.

**Reutilización imprevista**

Cuando una estructura se ve afectada por factores externos y los cuales obligan al equipo de trabajo a crear proyectos de reutilización que permitan obtener una rentabilidad.

**Reutilización interna**

Un equipo reutiliza sus propios componentes. Esto puede ser una decisión económica, puesto que el equipo puede desear controlar un componente crítico al proyecto.

**Reutilización externa**

Un equipo puede elegir trabajar con una tercera persona. La cual se comprometa con el equipo, a desarrollar planes estratégicos para tomar las mejores decisiones que se han de fáciles de aprender y que integren todos los componentes ya existentes.

En este caso el proyecto se encuentra en una reutilización imprevista, dadas las consecuencias a partir de los resultados de consulta popular en la cual se obliga a estos establecimientos a cerrar sus funciones.

Además se analizara si la reutilización debe ser interna o externa, esto dependerá de los diálogos que se den entre dueños y empleados de los casinos.

### ○ **Características del Proyecto**

#### ● **Actividad económica saludable**

Fomentar actividades que generen valor agregado a la sociedad desarrollando actividades que impulsen el desarrollo y aprendizaje de los niños, dejando a tras el negocio de los casinos.

Como toda actividad económica lo que se busca es generar ingresos económicos utilizando recursos ya existentes para obtener tener una rápida recuperación de la inversión.

#### ● **Conciencia social**

El proyecto “Chikis park” tiene como principal objetivo desarrollar actividades que generen conciencia social es decir fomentar actividades que generen aprendizaje y que garanticen la obtención de los resultados esperados en el futuro. Lo que se espera es que los niños en un futuro desarrollen actividades económicas saludables y que generen ingresos a la sociedad.

#### ● **Desafíos del proyecto**

El presente proyecto tiene como desafío la implementación de zonas recreativas infantiles en los espacios utilizados para desarrollar juegos de azar. El cambio que se presenta es bastante drástico pasar de juegos de adultos a juegos de niños.

Pero debemos tomar en cuenta los factores que generaron este cambio:

**Primero:** Políticas de gobierno las cuales impulsaron el proyecto de ley para que desaparecer estas prácticas económicas de juegos de azar en Guayaquil.

**Segundo:** como este proyecto de ley fue impulsado bajo consulta popular y como resultado la población guayaquileña dio el sí para cerrar esta actividad económica. Esto indica que la sociedad guayaquileña quiere un cambio.

Bajo estos dos factores se presenta el siguiente proyecto el cual brinda a los dueños y trabajadores de los casinos la oportunidad de seguir manteniendo ingreso desarrollando una actividad económica reutilizando de manera eficaz los activos ya adquiridos bajo la actividad económica de casinos.

○ **Desafíos del proyecto**

Según el economista, Ajero Tony Martin<sup>3</sup>, reconoce 10 desafíos que el proyecto debe adquirir, para lograr tener éxito en el mercado. Para lo cual menciona el siguiente proceso:

- **Identificar el problema.**

Activos dejados por luego de los cierres de los casinos

- **Reconocer la oportunidad en el problema.**

Desarrollar un proyecto el cual permita reutilizar estos activos dejados por los casinos en otro tipo de actividades, en las cuales no se tenga que invertir mucho dinero ni tiempo.

- **Desarrollar la solución.**

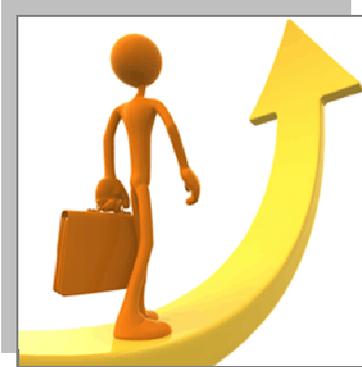
Implementar el proyecto en el casino ubicado en Av. Guillermo Rolando Pareja Cdla. Alborada 2da Etapa, Mz.7, diagonal a McDonald's, ya que el lugar cuenta con todos los requerimientos para realizar la reutilización de esos activos en el proyecto chikis park.



---

3. Ajero Tony Martin: Fue uno de los periodistas más respetados de Davao

- **Oportunidades del proyecto**



Todo proyecto surge de una necesidad. En este caso el presente proyecto se genera a partir de la reforma de ley aprobada en la consulta popular donde se señala que los casinos y salas de juegos de la ciudad de Guayaquil deberán dejar de funcionar.

El proyecto presenta la oportunidad de generar otra actividad económica la cual no dependerá de mayor inversión ya que se fomentara la reutilización de la infraestructura que poseen los actuales casinos y salas de juegos de la ciudad de Guayaquil, la cual genera una ventaja al momento de economizar tiempo y dinero.

Mantener las fuentes de trabajo es el principal objetivo del proyecto, además de poder generar mayores fuentes de trabajo.

## ❖ METODOLOGÍA

Para poder realizar las encuestas primero calculamos el tamaño de la muestra a encuestar, dicho cálculo lo realizamos de una población infinita y obtuvimos que la cantidad de personas encuestadas debieran ser 323, debido a la falta de tiempo solo realizamos 100 encuestas bajo un tipo de muestreo aleatorio simple, es decir escogiendo personas al azar.



Una vez determinada la cantidad de encuestas a efectuar, establecimos el modelo de la encuesta, que consta de 10 preguntas cerradas, de opción múltiple, de las cuales buscábamos obtener información acerca de los hábitos que realizan los padres con sus hijos, los lugares que frecuentan en sus ratos libres, conocimiento de centros de recreación escasos en la ciudad y las características a las que el cliente le da mayor importancia.

Un día viernes en la mañana procedimos a realizar el 50% de las encuestas padres de familia de todo el sector norte de la ciudad de Guayaquil, (Alborada, Saucos, Ciudadela el Cóndor, Guayacanes, entre otros). El otro 50% lo realizamos entre alumnos de la universidad Estatal, compañeros de trabajo, personas conocidas, amigos y familiares. Tomando en cuenta de obtener información de personas de ambos sexos y de diferentes rangos de edades.

Una vez efectuadas todas las encuestas procedimos a tabularlas y a analizar los resultados proyectados, para poder llegar a las conclusiones que nos proporciona este tipo de investigación de mercado.

### ○ TIPO DE MUESTREO

El tipo de muestreo a utilizar es el aleatorio simple, ya que se va eligiendo individuos al azar, es decir, seleccionando individuos de manera que todos tengan la misma probabilidad de formar parte de la muestra.

## EL PROBLEMA

### ❖ **Formulación del problema**

¿Cuáles son las contravenciones y oportunidades que se presentarían al momento de implementar un área de recreación infantil en el sector Av. Guillermo Rolando Pareja Cdma. Alborada 2da Etapa, Mz.7?

### ❖ **Objetivos General**

Analizar la Implementación de una reinvención de las salas de juegos de la ciudad de Guayaquil, en zonas de recreación infantil para que promuevan el aprendizaje a través de juegos y actividades, aprovechando recursos de infraestructura y talento humano.

### ❖ **Objetivos Específicos**

- 1) Determinar las necesidades de implementar un centro recreacional infantil en la ciudad de Guayaquil(alborada 2da etapa)
- 2) Determinar cuáles son los factores que determinan la reestructuración de las salas de juegos en salas de recreación infantil.
- 3) Determinar el tamaño del mercado que resultará beneficiado de la reestructuración de las salas de juego en salas de recreación infantil.
- 4) Definir las estrategias para alcanzar el mercado meta en este proyecto de reinvención.
- 5) Determinar el uso del espacio físico del centro de recreación infantil que se desea implementar en la ciudad de Guayaquil
- 6) Establecer el proceso de servicios y delegar funciones del centro recreacional
- 7) Evaluar los aspectos financieros y económicos de la propuesta de reinvención.

### ❖ **Diagnóstico Situacional**

El origen de esta investigación se enfoca en los niños y niñas de diversos recursos económicos del sector Av. Guillermo Rolando Pareja Cdla. Alborada 2da Etapa, Mz.7, diagonal a McDonald' en Guayaquil-Ecuador. Consideración de este estudio, se define la organización y capacitación de la fuerza laboral en lugares reutilizables ya existentes como son los juegos de azar, los mismos que serán desocupados desde ya en su totalidad por la orden que replanteó el presidente de la república, en la cual se expide la salida en el periodo de seis meses de estos centros de azar, para inducirlo a un trato maternal y/o paternal hacia los niños, para así llegar a tener una buena administración del negocio, asimilando todos los compromisos mientras se busca conseguir ingresos.

Todo emprendedor se asemeja a los riesgos que debe asumir al momento de poner en acción un negocio, con tal de llegar a cumplir con su propósito.<sup>4</sup>

No todos los niños cuentan con un grado de educación que les permita conocer sus derechos y por lo tanto algunas son excluidas de sus libertades.

Los niños son nuestro presente y deben de gozar de sus ratos libres, de entrar en confianza con otros niños de la sociedad y de diferentes edades.

Es por tal motivo que se busca cubrir espacios que van hacer desocupados para influir trabajos al personal desempleado.

El plan que propone el Gobierno está centrado en una capacitación, certificación, pasantías y reinserción laboral de los empleados en el sector turístico y comercial en un lapso mínimo de seis meses

Cientos de personas se verán afectadas ante fuerte decisión, y no sólo ellos sino que también sus familiares que se ven amparados ante estos trabajadores.

---

4. *Términos y Condiciones de negociantes en monografías.com S.A.*

Su nivel socioeconómico no es alto, por lo que algunos optarán por un apoyo financiero a través de microcréditos en entidades públicas. Otros aceptarán la idea de entrar a capacitación para infante con tal de no quedarse sin empleo, ya que la situación está muy dura a nivel nacional e internacional.

❖ **Interrogantes de investigación**

1. ¿Cuál sería la acogida de este proyecto en la ciudad de Guayaquil?
2. ¿Cuánto presupuesto necesitamos para poder implementar recursos en la infraestructura que vamos a utilizar?
3. ¿Con cuánta fuerza laboral especializada vamos a comenzar?
4. ¿El sector en el que vamos a trabajar, es habitado por niños y jóvenes?

## **6.1. : NECESIDADES DE UN CENTRO DE RECREACION INFANTIL**

Con la técnica de macro segmentación, podemos detallar tres factores que hacen posible encaminarnos hacia un mercado exitoso, en donde podamos descubrir cuáles son las necesidades de cada uno de nuestros clientes, sus gustos y preferencias, para una buena acogida de nuestro centro de recreación para el mercado. Sobre todo, lo más innovador es de tener en nuestro centro de recreación maquinarias de última moda.

- Necesidades: Ayuda a la diversión y comodidad de padres familias para que puedan compartir con sus pequeños hijos actividades de sano entretenimiento, lugares que no se encuentran mucho en la ciudad de Guayaquil.
- Tecnología: Entramos al mercado competitivo con los mejores equipos de diversión que los niños buscan. Innovación y estímulos que no ven en cualquier centro de recreación infantil. Podemos decir que este proyecto cumple con esas características.
- Grupo de clientes: Nuestros clientes son todos los padres de familias jóvenes y adultos cuyas edades comprenden entre 21 - 30 años, 31-40 y 41-50, que les gusta llevar a sus hijos y/o nietos a distraerse en un juego.

### **6.1.1. Establecer la oportunidad dentro de la idea de negocios.**

El segmento de mercado en el cual se basa el proyecto es el sector infantil segmento de mercado muy grande en el mercado guayaquileños.

### **6.1.2. Integrar la solución al plan de negocios**

Mantener al grupo de trabajadores como de dueños comprometidos en desarrollar el proyecto es la única manera que el proyecto cumpla con sus objetivos y tenga éxito.

### **6.1.3. Reunir el capital:**

Es el desafío más grande del proyecto es reunir el capital suficiente para implementar chikis park. Se va a plantear las siguientes alternativas:

1. Buscar capitalización Interna es decir que los propios dueños de los casinos inviertan en el proyecto vendiéndole la nueva idea del negocio.
2. Otra opción convertir a los empleados de los ex casinos en inversionistas a través de un préstamo con la CFN.
3. Capitalización externa buscar inversionistas que formen parte de este segmento de mercado y quieran invertir en el proyecto.

### **6.1.4. Dirección del funcionamiento:**

Para seleccionar un buen lugar, el proyecto busco varias alternativas basadas en las siguientes variables:

- Fácil acceso,
- Infraestructura,
- Ubicación del entorno

### **6.1.5. Vencer a la competencia:**

La competencia se puede reconocer como una oportunidad, ya que motiva a innovar y a desarrollar nuevas alternativas de entretenimiento para los niños.

### **6.1.6. Desafíos y gastos imprevistos:**

El proyecto debe estar listo para enfrentar cualquier desafío inesperado, estos podrían incluir demandas, cuentas no pagadas, inventario y pérdidas financieras.

### **6.1.7. Mantenerse actualizado respecto de los cambios en la industria de entretenimiento infantil**

Para evitar la bancarrota, el proyecto debe mantenerse al tanto de las nuevas tendencias de juegos y entretenimiento infantil y usarlas de la manera más beneficiosa para obtener lo máximo de ellas.

## 6.2. : FACTORES DE REINVENCIÓN

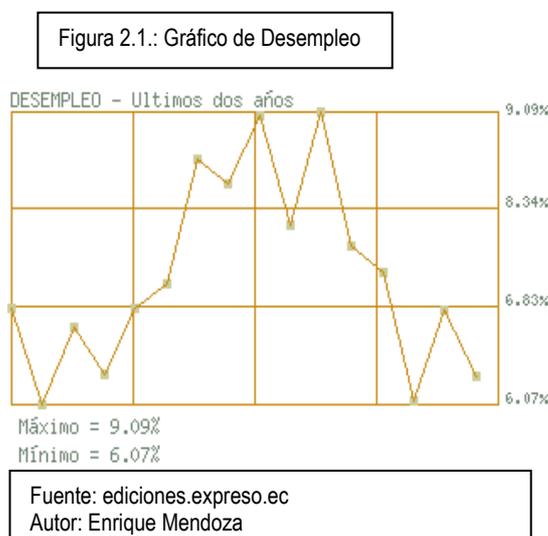
Es clave que existan alternativas de negocios que sustituyan a los que van hacer dejado por los casinos, reutilizando los activos de una empresa. Permitiendo de esta manera dar continuidad a la actividad Económica la cual brinde rentabilidad y fuentes de trabajo.

Las personas que identifican una solución donde otros ven problemas se llaman emprendedores el proyecto está basado en la problemática de los cierres de los casinos y salas de juegos en la ciudad de Guayaquil. Nos detendremos para analizar que necesidades trataríamos de cubrir con la implementación del proyecto.

### 6.2.1 Análisis de las necesidades

**Primero:** la reutilización de los activos fijos, lo que el proyecto busca es no dejar que los activos de una empresa en este caso la de los casinos pasen a formar parte de los muchos establecimientos abandonados en la ciudad de Guayaquil.

**Segundo:** generar y mantener la fuerza laboral. La idea de este proyecto consiste en mantener a los actuales empleados de los casinos trabajando en este nuevo proyecto y no vayan a pasar a formar parte de la tasa de desempleo que hay en la actualidad con el asunto de los cierres de los casinos.



Según las cifras del INEC, también por ciudades, el desempleo subió en Guayaquil un punto entre junio y septiembre (del 9 al 10%); mientras que en marzo tuvo un pico alto del 12.3%.

Las cifras del mercado laboral evidencian que la ciudad con mayor tasa de desempleo es Guayaquil con 9,9%, seguida por Machala con el 7,2%.<sup>5</sup>

En el Puerto Principal el índice de desempleo en diciembre del año anterior se ubicó en 7,6% lo que significa un aumento de 2,3% hasta este mes (Abril-2011), según la medición de los tres primeros meses de 2011, mientras que por otra parte existe personal que se capacita y se prepara día a día en busca de una fuente de trabajo.

### **6.2.2. Promedio de empresas liquidadas**

Mediante la información que refleja el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), el pasivo laboral para los 1.470 empleados de las 40 empresas analizadas suma un total US\$ 6,705.000, lo cual daría una liquidación promedio por empleado de hasta US\$ 4.561. Esto variaría en relación al tiempo y salario de cada empleado en la empresa<sup>6</sup>.

- EL 70% (28 empresas) muestran pérdidas acumuladas en sus últimos ejercicios contables. Algunas de ellas debían ser ya disueltas por la Superintendencia de Compañías.
- EL 22% (9 empresas) ya ha recuperado todas las inversiones en las que incurrió.

Pero lo que va a ir más allá de la política laboral, es la expectativa de crecimiento en el 2011 frente al del 2010, lo que permitirá que más gente continúe trabajando y pueda encontrar nuevas plazas de trabajo.

El emprendimiento no descarta género; aunque en el grupo de desempleados existen emprendedores que están dispuestos a realizar microcréditos para crear su propia fuente de ingreso mientras que por otra parte otros están decididos a enfrentar más obstáculos con el afán de no quedarse sin empleo en estos lugares, sobre todo porque ellos reconocen a la familia como una responsabilidad primaria.

---

<sup>5</sup>. Informe Nacional de Tasas de desempleo en Guayaquil (2011). [www.lacamara.org](http://www.lacamara.org) Ver Pg. 1

6. .Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC)). Ver Pg. 1

La intención de esta tesis es estudiar y comparar cuáles son los desafíos y las oportunidades que se presentan ante la implementación de una zona de recreacional infantil en la ciudad. Asimismo se debe resaltar que los retos descubiertos durante el desarrollo de este proyecto son tratados en las recomendaciones, y de las cuales se desea disminuir el impacto negativo de estos en comparación con las áreas recreativas que tiene un centro comercial.

Al momento de implementar un área de recreación infantil, tomamos en cuenta que el terreno ya lo poseemos y lo que nos tocaría es de invertir en una buena infraestructura que armonice los momentos que el niño va a disfrutar.

Esta idea se propuso con el afán de que el dueño del terreno sea uno de los accionistas prioritarios y los demás empleados estén bajo el liderazgo de éste.

Debido a que el propietario nos da el terreno, valorado en \$2'000.000 y los demás accionistas aportaremos con la inversión de equipos. Obteniendo así un total de 2'046.000 de activos fijos.

**Gráfico 2.2. Gráfico de total de Accionistas**

<b>TOTAL DE ACCIONES</b>			
TERRENOS	2.000.000,00	98%	980
EQUIPOS	46.000,00	2%	20
<b>TOT. ACT. FIJOS</b>	<b>2.046.000,00</b>	100%	

*Elaborado por: Integrantes de tesis*

### 6.3: TAMAÑO DEL MERCADO

El tipo de muestreo a utilizar es el aleatorio simple, ya que se va eligiendo individuos al azar, es decir, seleccionando individuos de manera que todos tengan la misma probabilidad de formar parte de la muestra.

#### 6.3.1. Tamaño de la Muestra

Formula:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot p_0 \cdot q_0}{d^2}$$

**Descripción:**

n = tamaño de la muestra requerido

z = nivel de fiabilidad de 95% (valor estándar de 1,96)

p = valor de prevalencia 30%

q = 70%

d = margen de error de 5% (valor estándar de 0,05)

**Cálculo:**

$$n = \frac{1.96^2 \times 0,3 \times 0,7}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.21}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.8068}{0.0025}$$

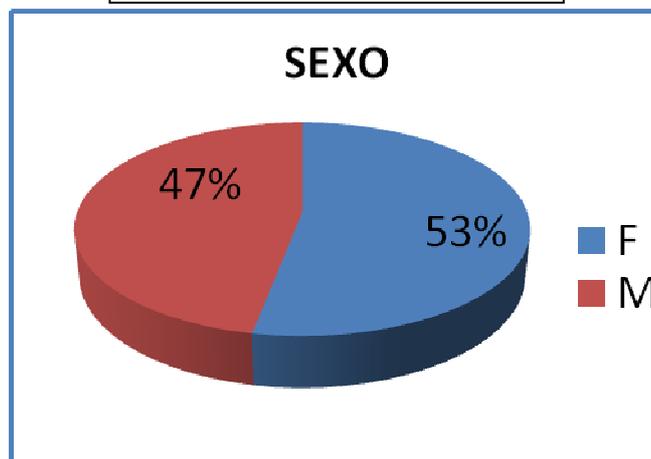
$$n = 322.72 \sim 323$$

### 6.3.2. Tabulación de encuestas

De un total de 100 personas encuestadas en la ciudad de Guayaquil, se obtuvieron los siguientes resultados:

SEXO	#
F	53
M	47
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Gráfico 3.1. Gráfico de Sexos



Fuente: Tabulación de Encuestas  
Elaborado: Autores de la Tesis

Los buenos clientes se caracterizan por su lealtad a una compañía, el proyecto va a fomentar la unión familiar y va a crear vínculos entre padres e hijos.

De los diferentes sectores encuestados, un 53% fueron madres de familia, porque ellas pasan mucho más tiempo con sus niños, lo llevan a distraerse en el momento que se encuentran libres y un 47% fue de hombres, casi no es mucha la diferencia debido a que en los tiempos de ahora los hombres también se recrean con sus hijos. El deber de padres ya no sólo es de mujeres, sino de

ambos. Si uno no puede un fin de semana tiene que ser el otro representante, pero alguien de ellos tiene que movilizarse.

GRAFICO 3.2.: Demanda Poblacional Proyectada

PERIODO	POBLACION ACTUAL	DEMANDA
2011	2'634.000	263.400

Fuente: Instituto Nacional Estadística y Censos  
Elaborado: integrantes del proyecto

De las encuestas realizadas, obtuvimos un proporcional de acogida en el mercado. El 98% piensa que un centro de recreación infantil, tendría mucha acogida en el mercado de Guayaquil, sector Norte es buen emprendimiento, es decir casi todos están convencidos del beneficio y alegría que traería la implementación de este negocio. Mientras que el 2% cree que no es así, un porcentaje sumamente bajo no acepta debido a que tienen “miedo” no se sienten seguro del tipo de diversión de sus niños que podrían tener.

Gran parte de la población se siente interesada por la existencia de un centro de recreación especializado para niños, debido a que sería un lugar en donde el trato sea para ellos siendo un (81%) del sector Norte-Sur-Centro, el 8% piensa que es poco interesante y un mínimo porcentaje de ellas no ve interesante este centro recreacional.

¿Le gustaría llevar a sus hijos a un centro de diversión dirigido para niños?	#
SI	98
NO	2

<b>TOTAL</b>	<b>100</b>
--------------	------------

*Vea Anexo3.3 (Página 85)*

### 6.3.3. Tamaño de las Instalaciones

El terreno donde se construirá el establecimiento consta de 276 m<sup>2</sup> por lo que se pronosticó realizar una modificación externa de 6,9 m<sup>2</sup>, donde se destinaría 3 mts para la fachada de la entrada y 3 mts para arborización.

Para el parqueadero se destinará 11m<sup>2</sup>, cuyas divisiones serán 4,80 mts de largo x 2,50 de ancho para el estacionamiento vertical de los vehículos la que tendrá una capacidad mínima de 10 vehículos. Se destinó 10 mts<sup>2</sup> para las obras internas, ya que es en donde más se va a invertir porque hay que remodelar la infraestructura interior. Se harán instalaciones de audio, acolchonamiento de paredes y piso, sistema de iluminación, tuberías, acoplamiento de espacios, construcción del mini bar.

### 6. 3.4. Distribución de áreas

*Gráfico 3.3. : Tabla de Distribución de áreas*

SALAS DE JUEGO	216	MT <sup>2</sup>
BAR	20	MT <sup>2</sup>
ARMARIO	2,5	MT <sup>2</sup>
CUARTO DE CONTROL	4	MT <sup>2</sup>
CAJA	2,85	MT <sup>2</sup>
BAÑOS	10	MT <sup>2</sup>
<b>TOTAL</b>	<b>255</b>	<b>MT<sup>2</sup></b>

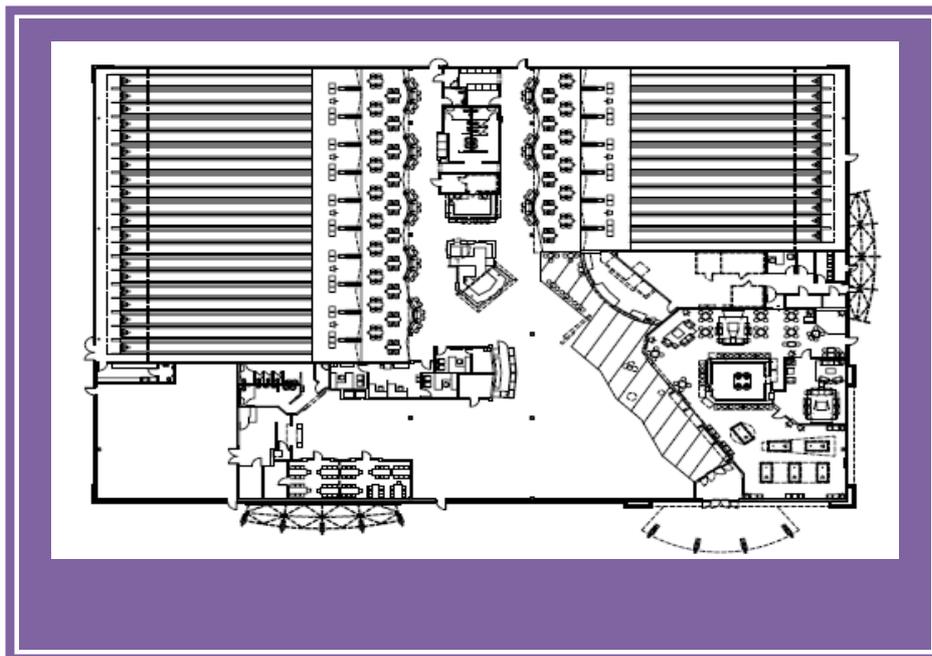
*Fuente: Plano de Terreno  
Elaborado por: Integrantes de Tesis*

Se determina un espacio físico de 231 m<sup>2</sup> para dar una mejor disponibilidad de espacio entre las maquinas o juegos que son para el entretenimiento y de diversión de los niños; los 20 m<sup>2</sup> del bar incluyen el mesón de atención para tomar los comandos de comida, el de exhibir nuestros productos por medio de una vitrina y el espacio a utilizar por los juegos de mesa con sillas.

El armario es el que será destinado a almacenar los utensilios de limpieza (jabón, desinfectantes, escobas, etc.) y se le destina 2,5 m<sup>2</sup> para facilitar el almacenamiento de los productos no perecederos para limpieza que se compren a comienzos o a final de año; el cuarto de control contará con 4 m<sup>2</sup> en donde estarán ubicados los controles de las máquinas y de sonido; la caja con 2,85 m<sup>2</sup> contará con estanterías de toma- todo y facilidades para la venta y recarga de tarjetas para el consumo de la sala de juegos, en los 10 m<sup>2</sup> de los baños se tratara de dar una imagen acorde a la estructura del centro de entretenimiento, es decir espacioso y con temática que proyecte alegría y es por eso la cantidad de metros destinados al mismo para facilitar la movilidad al momento de diseñarlo.

### Ejemplo de distribución de áreas

Gráfico 3.4. : Plano de distribución de áreas



Fuente : [www.arquitectura.grafic.planos.ec](http://www.arquitectura.grafic.planos.ec)  
Creado por: Quinde Michael

### **6.3.5. Estudio de Localización**

#### **ii. Factores de Localización**

Entre los factores que se han tomado en cuenta para este tipo de estudio se encuentran:

- Medios de transporte.
- Cercanía del Mercado.
- Actividad socioeconómica del sector.
- Tamaño del Terreno.
- Disponibilidad de servicios básicos como son agua, energía y otros suministros.

#### **iii. Método cualitativo por puntos**

Las alternativas que existían previamente para la localización son:

- a) Terreno en el Sector Aeropuerto.
- b) Terreno en el Sector Sauces.
- c) Terreno en el Sector Centro de la ciudad

Para este método se asignará una calificación de 1 a 10 siendo 1 menos importante y 10 más importante:

Gráfico 3.5. :Tabla de Método cuantitativo por puntos.

FACTOR	PESO	SECTOR AEROPUERTO		SECTOR ALBORADA		SECTOR CENTRO	
		CALIF.	PONDERACION	CALIF.	PONDERACION	CALIF.	PONDERACION
TRANSPORTE	10%	8	0,80	6	0,60	8	0,80
CERCANIA DEL MERCADO	28%	6	1,68	8	2,24	7	1,96
COSTO Y DISPONIB. DEL TERRENO	16%	4	0,64	6	0,96	4	0,64
ACIVIDAD SOCIOECONOMICA	26%	6	1,56	6	1,56	7	1,82
TAMAÑO DE TERRENO	12%	7	0,84	7	0,84	6	0,72
SERVICIOS BASICOS	8%	9	0,72	8	0,64	7	0,56
	100%		6,24		6,84		6,50

Fuente: Población del sector  
Elaborado por: Integrantes de Tesis

Podemos darnos cuenta de que el sector que más nos conviene es el sector de la Alborada tanto por la disponibilidad y costo, por el tamaño y el tipo de actividad al que se dedica el sector, dado que estas tres características son las que consideramos más importantes para el desarrollo del estudio

## **6.4: ESTRATEGIAS PARA ALCANZAR EL MERCADO META**

### **6.4.1. Características del Mercado**

En nuestro mercado meta se identifican los siguientes grupos:

- **Ubicación:** Sector Av. Guillermo Rolando Pareja Cda. Alborada 2da Etapa, Mz.7, Colinas de la alborada, Sauces, Centro, Sur, Samborondón, etc.
- **Sexo:** Masculino y Femenino
- **Edad:** 4-10 años
- **Intereses:** Niños y niñas que dado sus estudios que realizan fuera de casa (Maternal, instituciones, cursos), necesitan un lugar de sano entretenimiento, donde no se sientan cohibidos por las edades, sexo y actividades que realicen.

### **6.4.2. Buscar el personal Idóneo**

Es importante encontrar empleados trabajadores, que mejor personal que los mismos que dejaron de trabajar en los casinos de esta manera se los mantendrá activos en el ámbito económico.

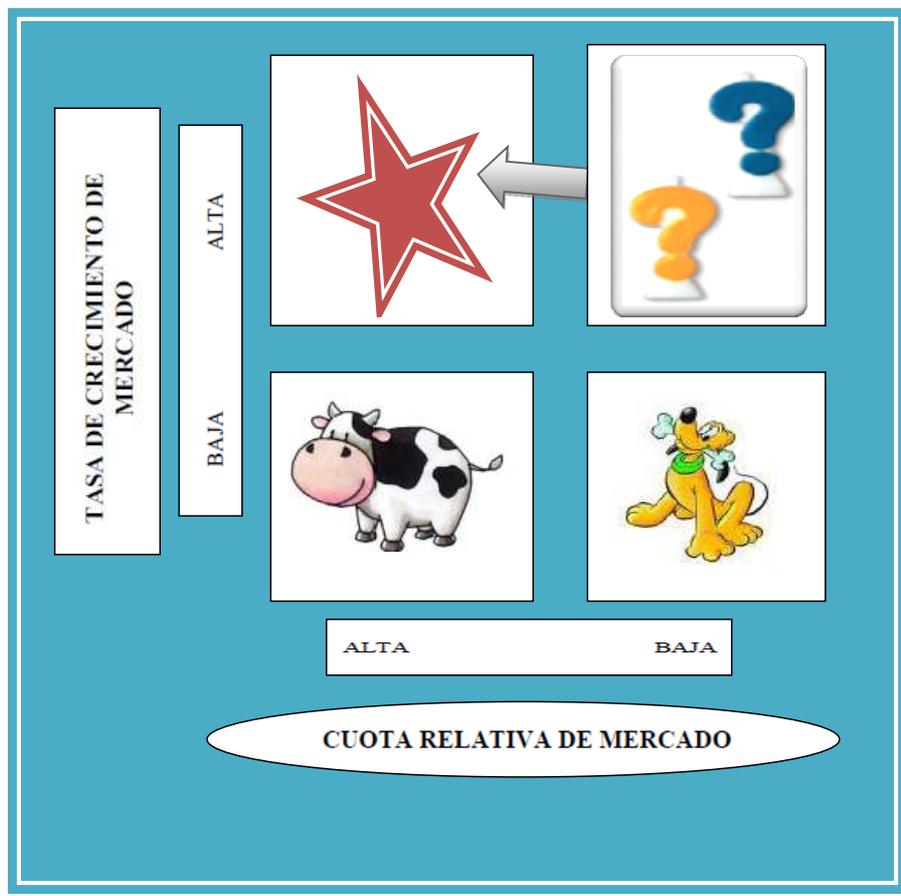
#### **Formar el equipo:**

Formar equipos de trabajo con los ex trabajadores de los casinos para que ellos formen parte de este nuevo proyecto y entiendan la idea del nuevo negocio y de esta manera siga formando parte activa de la economía guayaquileña.



6.4.3. Matriz De Crecimiento

Gráfico 4.1. Matriz de Crecimiento-Participación de Mercado



Fuente: Libro de Porter- Tasa de Crecimiento  
Elaborado por: Autores de la Tesis

El centro de recreación infantil se encuentra ubicado en los signos de interrogación, ya que ingresa al mercado con una alta tasa de crecimiento pero con una cuota relativa de mercado no tan baja, aunque existe gran variedad de competencia conocida por los clientes, como son los centros comerciales, River Park, parques y complejos. Nos encaminaremos hacia un producto estrella, debido a la innovación que será uno de los centros de recreación enfocada

hacia los niños, muy a parte de las salas de juegos dirigidos hacia jóvenes, adultos. Que a diferencia de estos, el centro de recreación tendrá bajo su responsabilidad personas capacitadas para dirigir a los pequeños creando hacia los padres un ambiente de confianza y de humor.

#### **6.4.4. Macro Segmentación**

Con esta técnica de Macro segmentación se detallarán tres factores que hacen posible encaminarnos hacia un mercado exitoso:

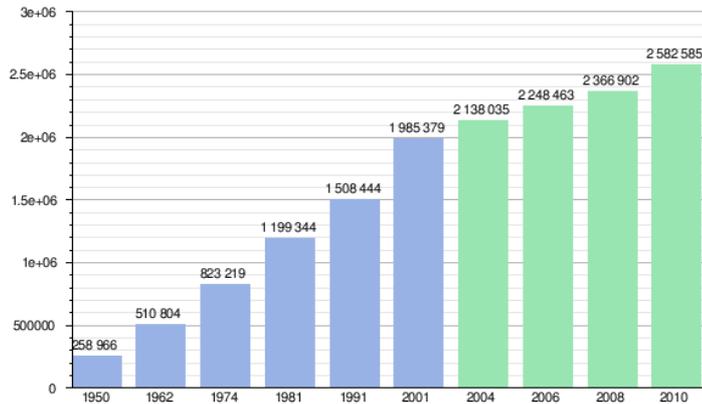
- **Necesidades:** Ayuda a la diversión y comodidad de padres familias para que puedan compartir con sus pequeños hijos actividades de sano entretenimiento, lugares que no se encuentran mucho en la ciudad de Guayaquil.
- **Tecnología:** Entramos al mercado competitivo con los mejores equipos de diversión que los niños buscan. Innovación y estímulos que no ven en cualquier centro de recreación infantil. Podemos decir que este proyecto cumple con esas características.
- **Grupo de clientes:** Nuestros clientes son todos los padres de familias jóvenes y adultos cuyas edades comprenden entre 21 - 30 años, 31-40 y 41-50, que les gusta llevar a sus hijos y/o nietos a distraerse en un juego.

#### **6.4.5. Micro Segmentación**

En nuestro mercado neta se identifican los siguientes grupos:

- **Ubicación:** Sector Av. Guillermo Rolando Pareja Cda. Alborada 2da Etapa, Mz.7
- 7 Sexo:** Masculino y Femenino
- 8 Edad:**4-10 años
- 9 Intereses:** Niños y niñas que dado sus estudios que realizan fuera de casa (Maternal, instituciones, cursos), necesitan un lugar de sano entretenimiento, donde no se sientan cohibidos por las edades, sexo y actividades que realicen.

Gráfico 4.2.: Evolución demográfica de Guayaquil, desde 1950-2011.



Fuente: [Instituto Nacional Estadística y Censos](#)  
Elaboración gráfica por [Wikipedia](#)

<b><u>Población</u> (2011)</b>	Puesto <u>1.º</u>
• <b>Total</b>	2.634.000 hab.
• <b>Densidad</b>	5763 hab/km <sup>2</sup>

Fuente: [Instituto Nacional Estadística y Censos](#)  
Elaboración gráfica por [Wikipedia](#)

El Gráfico 3.2. Indica el número de habitantes que hubo hasta el año 2010, en el último censo poblacional se dictó una población en la ciudad de Guayaquil con 2'634.000 habitantes<sup>7</sup> (Gráfico 3.3). Sólo hemos escogido de la población en su totalidad un 10%. Según Porter<sup>8</sup>, para no sobreestimar la demanda no es correcto elegir toda su totalidad de habitantes.

Este 10% corresponde a 263.400 personas; cada año la demanda va a ir incrementando aproximadamente un 5% con respecto a la anterior.

7. CIA World Factbook. CIA, 2011. [es.wikipedia.org/wiki/Cantón\\_Guayaquil](http://es.wikipedia.org/wiki/Cantón_Guayaquil)  
 8. [es.wikipedia.org/Herramientas\\_de\\_Análisis\\_Estratégico:Las\\_5\\_Fuerzas\\_de\\_Porter](http://es.wikipedia.org/Herramientas_de_Análisis_Estratégico:Las_5_Fuerzas_de_Porter).

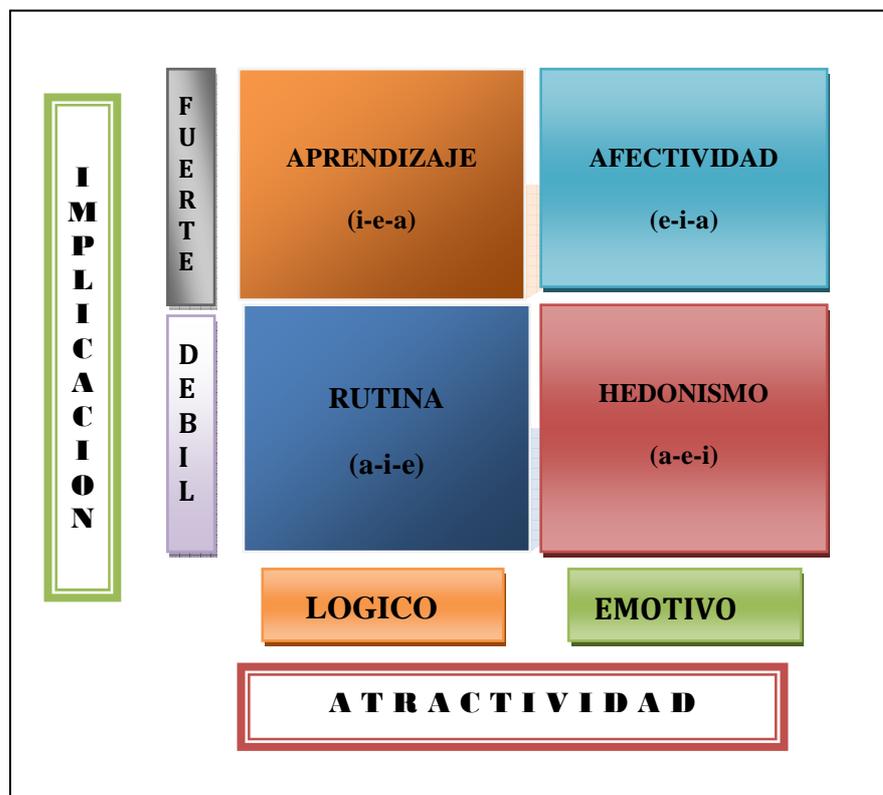
GRAFICO 4.3: Demanda Poblacional Proyectada

PERIODO	POBLACION ACTUAL	DEMANDA
2011	2'634.000	263.400

Fuente: Instituto Nacional Estadística y Censos  
 Elaborado: integrantes del proyecto

6.4.6. Matriz de Implicación

GRAFICO 4.4: MATRIZ DE IMPLICACION



Fuente: Matriz de Implicación de un servicio  
 Elaborado por: Integrantes del Proyecto

Esta matriz de implicación relaciona la importancia que tiene el consumidor con la motivación de compra, elevado entre la conocimiento y la emoción; es por eso que podemos determinar que para la atracción del servicio que ofrece nuestra empresa nos encontramos en el cuadrante de afectividad, siendo un producto con una fuerte implicación en el mercado pero con atracción más emotiva que racional; Podemos observar que otras de las posibilidades es ser lógico pero con las estrategias de comunicación lo que se desea llegar es a tener una muy buena comunicación afectiva con el centro de recreación infantil, es decir realizar una conexión con el sentimiento, diversión y comodidad que se tiene al visitarnos.

#### **6.4.7. Análisis Sectorial**

El centro de diversión que deseamos implementar en el sector Norte de la ciudad de Guayaquil es muy variable en cuanto al mercado en el cual compite, éste se encuentra dentro del sector de entretenimiento, pero también podría entrar al mercado de baile, ya que muchas personas consideran los juegos como el PUM IT UP, como un hobby que se puede observar en las diferentes academias de baile.

Es importante conocer el sector de mayor impacto dentro del local, es por eso que en este caso sería el de entretenimiento, cuyo objetivo es de crear estrategias sectoriales para sacar el máximo beneficio de las estrategias que plantearemos. Hemos cogido de referencia el modelo de las 5 Fuerzas de Porter.

Gráfico 4.5: Fuerzas de Porter



Fuente: Porter-Fuerzas competitivas  
Elaborado por: Integrantes del Proyecto

❖ **Amenaza de nuevos competidores:**

El ingreso de nuevos competidores se debe entre otras cosas, poder pasar las barreras para llegar a apoderarse del mercado. Este se puede lograr con nuevos recursos y capacidades que se expongan.

Una de las barreras más significativas para este negocio es la inversión inicial. Debido a que para emprender un negocio de entretenimiento (Centro comercial, canchas de fútbol sintéticos, otras). Se debe contar con un buen capital inicial, ya que las máquinas y juegos a adquirir son muy costosos, que a veces se los debe de importar de otros lugares para poder seguir innovando con la moda.

Es por eso que nuestro análisis concluye que la amenaza de nuevos competidores es alta. Ya que no todos los emprendedores tienen esta ventaja de acceso con facilidad a financiamientos del que poseemos.

❖ **Rivalidad entre competidores**

En este sector el atributo más anhelado es el de variedad, y para que nuestro centro de recreación tenga una acogida más rápida en el mercado debemos de diferenciarnos en los equipos y máquinas que se adquieran.

Sería una técnica lógica para posicionarnos en un mercado donde haiga mucha competencia, ya sean por las diferente publicidades, guerra de precios, ofertas, promociones y entrada de nuevos productos.

Como en la ciudad no existen tantos centros de recreación dirigidos a niños, el de nosotros sería uno de los pioneros en implementar este centro.

Con la publicidad que brindemos y sugerencias que solicitemos podemos posicionarnos e incrementar el nivel de conocimiento en la mente del consumidor. Las promociones, también estaríamos implementando al momento de brindar nuestros servicios.

En lo que tomáramos más en cuenta sería la relación de costos fijos, ya que mantener un local con los servicios que estamos brindando, nos representaría un gran desembolso de dinero para cancelar no sólo los servicios básicos sino también el mantenimiento de las máquinas. Es por ende que éste análisis en la ciudad de Guayaquil, presenta niveles medios o casi bajos.

❖ **Amenaza de ingreso de productos sustitos**

Hace referencia a la entrada potencial de empresas que ofrezcan servicios o alternativos de similares características reales o potenciales a la de nuestra empresa.

El sector de entretenimiento infantil satisface la necesidad de diversión y esparcimiento no sólo de niños sino también de todo un grupo familiar que asiste a este tipo de centros de diversiones en busca de pasar un tiempo agradable con sus hijos. Se pueden identificar un sin números de sustitutos entre sí, como poder pasear en los centros comerciales (MALL, RIOCENTROS), ir a cines, conversar en un patio de comida, jugar en la computadora, comunicarse por redes sociales (Messenger, Facebook, Twitter) o como también salir de casa , y hacer deportes.

Son por tales motivos que la amenaza que representan los productos/servicios sustitutos es media baja, debido a que no existen sustitutos perfectos entre sí, pero hay muchos productos sustitutos lejanos.

❖ **Poder de negociación de los compradores**

En este análisis se puede afirmar que el poder de negociación del consumidor en la industria es moderadamente alto.

El consumidor promedio está bien informado en cuanto a la calidad y precio que pueden pagar por un servicio, debido a que la mayoría aprecian mucho la variedad de éste y no se atreverían a gastar más de lo que se requiere.

Es desde ahí que uno de actuar para que nuestros clientes sean fieles a esta opción de entretenimiento. Se debe conseguir la lealtad del cliente a base de promociones/ofertas o mejorando el servicio que se presta.

❖ **Poder de negociación de los proveedores**

En un mercado el “poder de negociación” se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder de que éstos disponen ya sea por su grado de concentración, por la especificidad de los insumos que proveen. La situación se complicaría si el servicio que brindemos a nuestros clientes sea elevado en el costo.

Para este proyecto se debe importar mucho en los equipos de diversión, es de esperar que el poder de los proveedores sea también alto, ya que el adquirir y añadir los costos de envío para traer las maquinarias, representará un valor alto que debemos cancelar. Mucho más cuando un proveedor ofrece un buen servicio y cumple con las normas de calidad.

#### **6.4.8. Marketing mix**

Se lo puede definir como el uso selectivo de las diferentes variables de marketing para alcanzar los objetivos empresariales. <sup>9</sup>Fue McCarthy quien a mediados del siglo XX, lo denominó la teoría de las «cuatro pes», ya que utiliza cuatro variables, cuyas iniciales en inglés empiezan por «P»:

---

9: McCarthy: fue un escritor talentoso en los 4 P Del libro: Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Philip Kotler y Gary Armstrong, Pág. 63

❖

### Producto

La idea del proyecto es implementar un centro de recreación infantil en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, el cual está encaminada a conseguir que los padres de la ciudad lo considere como una nueva opción de entretenimiento y diversión para sus niños.

Gráfico 3.6: Brincolín



Teniendo como estrategia de posicionamiento sus modernas instalaciones y su gran poder de atracción por poseer características muy innovadoras, además de la oportunidad de pasar un rato agradable a los niños y sus padres.

Fuente: [www.equipo-para-fiestas-infantiles-Brincolin-mesas.com](http://www.equipo-para-fiestas-infantiles-Brincolin-mesas.com)  
Elaborado por: Tony Castro

El proyecto está encaminado a satisfacer necesidades que, pese a no ser específicas del negocio en cuestión, servirán para darle un valor agregado a nuestro centro de recreación y proporcionarle así mismo una ventaja competitiva frente a los demás establecimientos existentes.

Dentro de los principales servicios y productos que ofreceremos están los siguientes:

- ✓ Bumper Cars
- ✓ Inflables-Brincolín
- ✓ Carrusel
- ✓ Piscina Con Pelotas
- ✓ Futbolitos
- ✓ Caritas Pintadas
- ✓ Futbolito
- ✓ Columpios De Madera
- ✓ Juego De Bumper Cars
- ✓ Pump It Up
- ✓ Air Hockey
- ✓ Maquinas Cpu Multijuegos
- ✓ Maquina De Baloncesto
- ✓ Juego De Carritos De Carrera

Gráfico 3.7: Cpu Multijuegos



Fuente: [www.maquinitas.com](http://www.maquinitas.com)  
Elaborado por: Carlos Orrala

- ✓ Juegos De Motos De Carrera

En el bar se venderán bebidas como:

- ✓ Aguas
- ✓ Colas
- ✓ Jugos

También comidas rápidas como:

- ✓ Snacks

En general comidas y bebidas (sin alcohol) que tiene aceptación y que van acorde con el sector en el nos vamos a desenvolver:

- Espacios para Fiestas: en donde podrán festejar su cumpleaños, siendo ésta otra fuente de ingreso.
- Parqueo para que no tengan ningún problema al llevar a sus hijos a divertirse.
- Área de baños para que cumpla con las necesidades que cualquier persona puede tener en ese tiempo de diversión.

La infraestructura se encuentra ubicada en la calles principal la Alborada 2 da etapa del sector Av. Guillermo Rolando Pareja. Levantada con un terreno de 276 mts<sup>2</sup> al norte de la ciudad lo cual resultaría más beneficioso ya que se encuentra dentro de la ciudad a diferencia de nuestra competencia la cual se encuentra fuera de la ciudad.

### ❖ Precio

El proyecto propone la siguiente estrategia de precios para ingresar al mercado, la cual consiste en ingresar parcialmente con precios relativamente bajos con relación a la competencia, con esta alternativa inicial lo que se busca alcanzar, es asegurar la aceptación del mercado de una manera rápida, además lo que se busca es romper la fidelidad de nuestros clientes potenciales con las otras marcas ya existentes.

El objetivo principal es llegar a la mente de los clientes, es decir que cuando un padre de familia piense en una sana diversión para sus hijos y familia piense en nosotros como su principal alternativa.

La estrategia de precios bajos es parcialmente solo de entrada, ya que a medida que pase el tiempo nuestros precios van hacer un poco más altos con relación a la competencia, pero esto se justifica debido al valor agregado que le estamos ofreciendo al público. No se puede caer en extremos ya que debido a la modernidad del proyecto, es necesario establecer precios que realmente se acojan a la calidad del servicio brindado.

En cuanto a precios se refiere para las máquinas de juegos, son manejados por créditos dependiendo de cada una de las funciones de las mismas, los cuales son manejados con tarjetas magnéticas y recargados en el mismo establecimiento.

- Las recargas van a ir desde \$ 3 hasta \$ 20 las cuales cada uno ofrecerá un paquete con distintas alternativas de juegos de juegos.
- Paquetes ilimitados de juegos \$12
- Paquetes ilimitados de juegos más un refrigerio de \$15.00

Para el alquiler de fiestas infantiles, el precio que se estableció es de \$8.50 por niño, los cuales incluyen el acceso a todos los juegos que ofrecemos, más Snacks y arreglo del local.

❖ **Plaza**

Es el elemento mix que se utilizara para conseguir que el servicio que se ofrecerá llegue satisfactoriamente al cliente. Desarrollando estrategias que permitan alcanzar la excelencia. A si mismo garantizar el buen funcionamiento de los equipos para poder ofrecer un servicio de calidad.

En este proyecto no se necesitara de inversión en compra de terreno ni de construcción del establecimiento vale recordar que el proyecto plantea la reutilización de los establecimientos que funcionaban como casinos o salas de juego.

Al analizar en que el mejor lugar para desarrollar el proyecto se determino que el lugar debe contar con las siguientes variables espacio necesario, ubicación sectorial, infraestructura. Según estas variables se determinó que el mejor lugar es el sector de la Alborada 2da Etapa, Mz.7. Dado por su ubicación e infraestructura ya construida se ajusta a las necesidades del proyecto para realizar las adecuaciones y remodelaciones de una manera rápida así de este modo apenas se cierren los casinos comience a funcionar “chikis park”.

El centro de recreación se hará conocer por medio de entrega de volantes en los supermaxi, Megamaxi, a las salida de los mall, escuelas, entre otros locales dedicados a la comercialización de alimentos y productos, debido a que estos son visitados por la gente mayor que tiene a sus bebes, ya que estos son lugares a donde acuden nuestros clientes.

El costo promedio entre remodelación y adecuaciones técnicas será de \$5,541.15.

❖ **Promoción**

Es la manera de cómo se va promocionar el servicio. Para el proyecto se va a utilizar unas de las técnicas más usadas como son el internet, prensa escrita, televisión, radios y en el momento que el proyecto esté en marcha, se espera tener promoción de boca a boca debido al excelente servicio que podamos brindarles a nuestros clientes.

Se aconseja utilizar estas técnicas de promoción para dar a conocer a la empresa mediante estos medios ya que son los que trasmiten el mensaje de

manera más directa posible al cliente, además que sus costos no son excesivamente elevados.

❖ **Prensa Escrita**

La prensa escrita es uno de los principales medios de comunicación que los padres de familia usan por lo que se aconseja realizar anuncios en periódicos locales tales “El Universo” tanto en la sección de Vida y Estilo, La Revista y Mi Mundo), “diario Súper”, “diario extra”, “Diario la metro” siendo el universo el diario de, mayor circulación en la ciudad de Guayaquil y en revistas como “Cosas” y “Hogar” para captar a las madres de familia o a mujeres jóvenes.

Esta publicidad en diarios se recomienda realizarla una vez a la semana, los días sábados o domingos, debido a que son los días en que más personas ven este medio.

En cuanto a las tarifas de los periódicos, El Universo presenta las siguientes tarifas:

**Gráfico 4.6:** Cuadro de tarifas de precios de anuncios de publicidad en el universo

N°	Descripción del formato	INDETERMINADA						ÚLTIMA		
		Ancho		Alto	Color		Blanco y negro		Color	
		Col	Cm	Cm	Ordinario	Domingo	Ordinario	Domingo	Ordinario	Domingo
010	Página completa	6	29,6	51,40	\$ 6.900	\$ 9.660			\$ 9.250	\$ 12.950
020	Media página vertical	3	14,6	51,40	\$ 5.500	\$ 7.700				
030	Tercio de página vertical	2	9,6	51,40	\$ 4.150	\$ 5.810				
040	Roba página horizontal	6	29,6	34,13	\$ 5.500	\$ 7.700				
050	Roba página vertical	4	19,6	34,13	\$ 4.450	\$ 6.230				
051	Vertical alto	4	19,6	34,13	\$ 4.150	\$ 5.810				
060	Media página horizontal	6	29,6	25,49	\$ 3.950	\$ 5.530			\$ 5.250	\$ 7.350
070	Tercio de página ancho	4	19,6	25,49	\$ 2.700	\$ 3.780			\$ 3.600	\$ 5.040
080	Tercio de página horizontal	6	29,6	16,86	\$ 2.600	\$ 3.640			\$ 3.500	\$ 4.900
090	Cuarto de página	3	14,6	25,49	\$ 2.000	\$ 2.800			\$ 2.700	\$ 3.780
100	Quinto de página ancho	4	19,6	16,86	\$ 1.800	\$ 2.520				
110	Sexto de página ancho	3	14,6	16,86	\$ 1.400	\$ 1.960				
120	Sexto de página horizontal	6	29,6	8,22	\$ 1.400	\$ 1.960				

**Fuente:** Diario el Universo-Oficinas  
**Elaborado por:** Javier Crespín

Se recomienda utilizar el cuarteto de página el cual tiene el tamaño adecuado para que los usuarios de los diarios lo lean y no pase desapercibido. (Así se apreciará en la prensa que utilizemos).

**Gráfico 4.7:** Logotipo de la empresa para publicación



**Fuente:**www.google.com

**Elaborado por:** Integrantes de tesis

<b>Gráfico 4.8:</b> Precios de Publicidad-PRENSA	
<b>El Universo</b>	\$30,00
<b>La Revista</b>	\$22,00
<b>Diario Súper</b>	\$18,00
<b>Diario Extra</b>	\$20,00
<b>Diario la metro</b>	\$10,00
<b>Cosas y Hogar</b>	\$25,00

**Fuente:**stands Publicitarios

**Elaborado por:** Integrantes de tesis

Gráfico 4.9. Formato y Ubicación de Banners



Fuente:Diario el Universo-la Revista  
 Elaborado por: Integrantes de Tesis

Consultando con los especialistas del sitio, nos recomendaron gastar un promedio de \$2.000 mensuales, lo cual nos garantiza unas 150.000 impresiones, y se podría estimar que el máximo de visitas que se obtendrían para ese mes será el 1% de 150.000 que son unas 1.500 visitas.

## ❖ RADIOS

Las radios son otros de los medios que se recomienda utilizar debido a su gran acogida en nuestro medio. Muy similar a las emisiones televisivas, se podría usar el audio de dichos espacios publicitarios para no tener que gastar aun más en publicidad como lo hacen varios productos y series ecuatorianas.

En lo que es anuncios y palancas radiales, elegimos finalmente a Radio LA OTRA (94.9) y Radio CANELA (90.5) la cual nos ofrecían las siguientes tarifas:

RADIOS	PRECIO
Gráfico 4.10: Precios de Publicidad-RADIO	
LA OTRA	\$12,00
CANELA	\$10,00

Fuente: Oficinas de las radios  
Elaborado por: Integrantes de tesis

❖ **Otras formas de publicidad.**

Otras de las formas en la que podemos incrementar publicidad es brindar promociones de eventos en nuestro centro de diversión. Repartiendo en las escuelas colegios, universidades y en los lugares de trabajo, volantes y también dejando nuestras tarjetas de presentación para que no duden en llamar cuanto diversión se trata.

## 6.5 : ESTUDIO TÉCNICO, INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y SU ANALISIS

Se tomará en cuenta los estudios y respectivos análisis que se requieran para la realización del proyecto dando datos reales de especificaciones técnicas desde la planeación hasta la elección de espacios y sus diferentes divisiones.

### 6.5.1 ESTUDIO TECNICO

#### 6.5.1. Antecedentes de estudio técnico



#### BRINCOLIN

##### Material de alta durabilidad

Fabricación con lona de alta resistencia de 18 oz con refuerzo textil

Materiales importados

Reforzado con doble y triple costura

##### Garantía

18 meses contra defectos de fabricación

##### Motor especial para inflable

Motor Eléctrico Soplador de 1HP

##### Accesorios

Kit de Anclas (para sujetar el inflable en parques)

Bolsa protectora para guardarse

Lona de Piso

##### Instructivos

De instalación y limpieza

Gráfico 5.1. :Gráfico de Brincolín



Fuente: [www.brincolines.com/.htm](http://www.brincolines.com/.htm)  
Elaborado por: Roger Guamán

Este juego viene con escalera y resbaladilla con compresor medida de 3 x 4 x 3 metros, varios colores.



## **CARRUSEL**

Carrusel imitando a los típicos carruseles de madera europeos de principios del siglo XX. Una atracción clásica y de gran atractivo que realza cualquier espacio.

### **Referencias:**

Mini carrusel, Clásico 1, Clásico 2

### **No. De Caballos:**

6, 10 y 12

### **Diámetro de giro en plataforma:**

3,6 m 4,5 m y 5,5 m

### **Energía requerida:**

2 Kw, 4 Kw y 4 Kw

### **Decoración:**

Mascaron superior

### **Iluminación:**

50 lámparas, 120 lámparas y 160 lámparas

### **Música:**

Incluida

### **Cerramiento:**

Incluido

Gráfico 5.2. :Gráfico de Carrusel



Fuente: <http://parkplay.net/pg>  
Elaborado por: Rubén Castro



### PISCINA CON PELOTAS

Las piscinas de bolas son diseñadas y construidas enfocadas en los requisitos de niños de 1 a 3 años. Las características de juego son elegidas cuidadosamente para la mejor conveniencia de imaginación, seguridad y habilidades de movimiento para este importante grupo de edad. Las piscinas de bolas son cerradas, están construidas para lograr un ambiente suave y seguro lo que permitirá disfrutar a los niños y será apreciado por los adultos. Ideal para pequeños. Acolchada y segura tiene toldito de colores. Medidas: 3 mts de largo x 3 mts de ancho x 3 mts de alto.

**Gráfico5.3.** : Gráfico de Piscina con Pelotas



Fuente: <http://www.playequipmentco.com>

Elaborado por: Rubén Castro

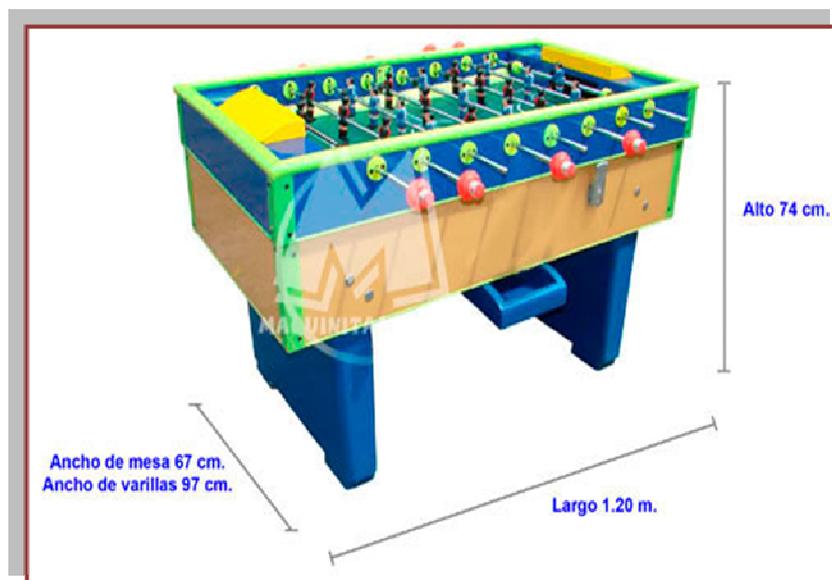


## FUTBOLITO

Son juegos fabricados en Madera de pino, forrado con formica del color de su preferencia. Reforzado en las esquinas con protecciones de plástico, hecho con varillas de fierro Coll Roll 10/18, 9/6, está conformado por 22 Jugadores de aluminio y de equipos diferentes.

Los jugadores se encuentran en una cancha en Multiplay 12 ml. forrada con formica. Incluye 10 pelotas.

Gráfico 5.4. :Gráfico de Piscina con Pelotas



Fuente: <http://www.playequipmentco.com>

Elaborado por: Rubén Castro



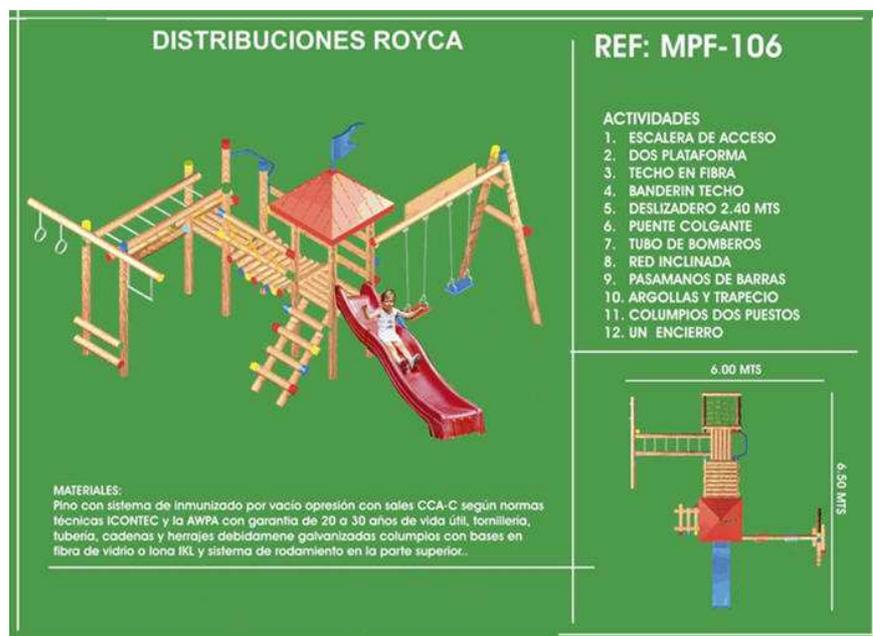
## COLUMPIOS DE MADERA

Los columpios son trabajados en fibra de vidrio, lonas en caucho o lona Hiel, de acuerdo al gusto y necesidad del comprador.

Elaborado con madera de pino con sistema de inmunizado por vacío a presión con sales hidrosolubles. Contra efectos de pudrición.

El mantenimiento, a la madera se le debe aplicar aceite de linaza para mantenerla de buen color como mínimo cada 2 años, las piezas o accesorios en fibra de vidrio se deben polcar como mínimo cada seis meses.

Gráfico 5.5. : Gráfico de Columpios de Madera



Fuente: <http://www.playequipmentco.com>

Elaborado por: Rubén Castro



## CARROS CHOCONES

Los coches de choque o Bumper cars permiten que toda la familia se diviertan como si fueran chicos. Chocándose unos a otros en una competencia divertida cara a cara.

Características de coches de choque o Bumper cars:

- Pintura incorporada en la estructura de fibra de vidrio
- Apoya cabezas removible
- Circuito eléctrico protegido
- Estructura de acero galvanizado por inmersión en caliente
- Motor de impulso eléctrico sin embrague, patentado
- Las medidas que tienen los Bumper cars son 1.50x1.20mts.

Gráfico 5.6. :Gráfico de Bumper Cars



Fuente: <http://spanish.alibaba.com>



## PUNT IT UP

Consta de una máquina con una pantalla, altavoces y luces conectada a un tablero en el suelo. Este tablero tiene dos tubos en la parte trasera donde los jugadores pueden sujetarse y diez sensores con dibujos de flechas donde los jugadores ponen los pies al ritmo de la música siguiendo los pasos que se muestran en la pantalla. Las dimensiones de esta máquina son 2 mts. De Largo x 1.50 de ancho x 1.50 de alto.

Este juego es más frecuentado por jóvenes de 8 a 25 años, pero va a estar en nuestro centro de recreación porque fue sugerido por los hermanos de las familias a la que encuestamos y tomamos en cuenta dicha sugerencia ya que ellos llevarán en algunas ocasiones a sus hermanitos o hermanitas.

Gráfico 5.7. :Gráfico de Punt It Up



Fuente: <http://parkplay.net/pg>  
Elaborado por: Rubén Castro



## MAQUINA CPU MULTIJUEGOS

La máquina CPU multijuegos encierra una serie de juegos virtuales y está compuesta por los siguientes materiales:

- Mueble con base, espalda y cielo en Triplay (Madera de primera calidad, pegada y engrapada)
- Monitor de 21" Pantalla Plana Samsung
- Palancas tipo españolas reforzadas.
- Botones planos tipo españoles.
- Micros de la mejor calidad y durabilidad marca zippy.
- Chapa bancaria.
- Vidrio Polarizado 6mm.
- Memoria Kingston DDR II 1Gb
- Disco duro 80 gb IDE 5200 RPM
- Procesador AMD Semprom 2.7 Ghz

Las medidas que posee esta máquina son:: 1.55 m. Ancho 52 cm. Fondo: 80 cm.

**Gráfico 5.8.** : Gráfico de CPU Multijuegos



Fuente: <http://maquinas.multijuegos/pg>  
Elaborado por: Giovanni Mendoza



## AIR HOCKEY

Tiene una excelente resistencia contra los golpes gracias a los materiales y acabados de la mejor calidad.

Fabricada en triplay de 16 mm. Totalmente forrada en formica, incluye patas de metal con niveladores. Tiene una cancha de MDF forrada con formica Rap Wilson. Motor de  $\frac{3}{4}$  de caballo, turbina de la más alta calidad, las porterías son fabricadas en lámina calibre 16, troqueladas, pintadas.

Los esquineros y las patas pintadas, incluyen niveladores con arco de aluminio con contador digital y lámpara. Los implementos que tienen son 2 Manerales y 1 disco. Se programa por tiempo (3.4 minutos) o goles (5 o 7).

Medidas: Largo: 2.20 m. Ancho: 1.11 m. Alto: 80 cm.

Gráfico 5.9. :Gráfico de Air Hockey



Fuente: <http://www.distribucionesroyca.com>





## JUEGO DE BASQUET

La máquina del baloncesto es de alta calidad y precio bajo; el nivel de dificultad del juego no es alto y requiere un poco de agilidad física. Las dimensiones que tiene esa máquina son de 1.10 de largo x 2.00 de ancho x 2.50 de alto.

Modelo: **CS-003**

1. Fácil montaje, buque en derribar tipo.
2. La captura de apariencia brillante y los ojos.
3. Hip-Pop efectos de sonido.
4. Paquete de sonido excelente.
5. Pasarse la luz, y música en vivo de verdad.
6. De tres niveles de oscilación.
7. El tiempo de juego, la puntuación y la velocidad de la cesta se puede ajustar.
8. 2 sensores instalados
9. Dimensiones: (H) 247x (D) 250x (W) 98cm

Gráfico 5.10. :Gráfico de Juego de Básquet



Fuente: <http://www.arcade-machine-manufacturer.com>



## CARRO VIRTUAL

En este juego deberás esquivar a todos los coches que están en la carretera a toda velocidad, Son 3 oportunidades para que puedas llegar a la meta y no debes chocar con ninguno si quiero ganar, hay que demostrar la habilidad como conductor.

Gráfico 5.11. :Gráfico carros de carrera



Fuente: <http://www.dajuegos.com/ColaCao-Racing->  
Elaborado por: Jorge Garzón



## MOTO VIRTUAL

En este juego deberás esquivar a todos las motos que están en la carretera a toda velocidad, es para los aficionados que le gusta la adrenalina al momento de conducir una moto que solo tiene dos ruedas. El juego da 3 oportunidades en un tiempo determinado para que llegues a la meta.

Compite en una carrera de motocross con unas Quads a toda velocidad por caminos montañosos, playas y arenas, utiliza X para hacer derrapes y gana más potencia cogiendo los rayos, juegos de motos Quads.

Gráfico 5.12. :Gráfico Moto de carrera



Fuente: <http://www.dajuegos.com/ColaCao-Racing->  
Elaborado por: Jorge Garzón



## CARITAS PINTADAS

Caritas pintadas, es una actividad súper divertida e innovadora, que hoy en día entretiene a los niños, con la emoción de dejarse pintar en su rostro el personaje que más le gusta, es también conocido como mundo de la sonrisa. Esta da un toque especial a una zona de recreación en donde utilizamos la imaginación al igual que para algún evento. Los materiales a utilizar son antialérgicos y no tóxicos para los niños y niñas del centro recreacional, es un maquillaje de fantasía, deportivo.

Gráfico 5.13. : Gráfico Caritas pintadas



Gráfico 5.13. : Gráfico de Mesas y Sillas



Fuente: <http://www.google.com>

## 6.6 : DETERMINAR EL PROCESO DE SERVICIOS Y DELEGAR FUNCIONES

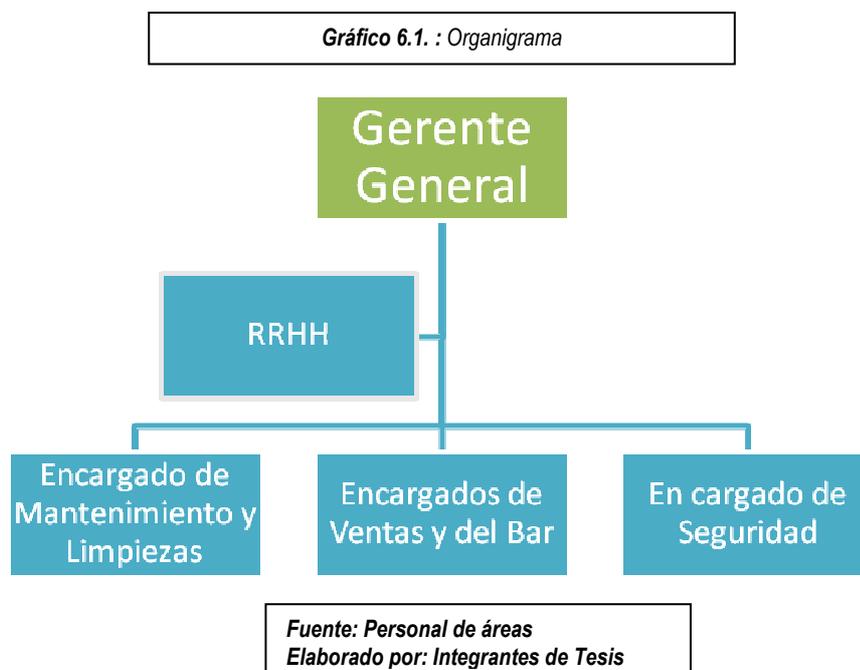
### 6.6.1 MISION

Ser una opción de sano entretenimiento para las personas de la ciudad de Guayaquil considerando como objetivo principal el equipo de trabajo calificado y la calidad de los servicios con los que se trabaja, para que se cumpla con los requisitos que se ofrece y que vele por el gozo de niños y jóvenes entre 4 a 10 años.

### 6.6.2 VISION

Desenvolvemos como una empresa honesta, consistente y rentable que guiados por las actitudes y valores humanos de nuestro equipo de trabajo logremos estar siempre en los corazones y mente de nuestros clientes.

### 6.6.3 Organigrama



**Gerente General:** Persona encargada de la toma de decisiones de acuerdo al análisis financiero y al avance del mercado.

**Encargado de Mantenimiento y Limpieza:** Esta se va a encargar de tener limpias las máquinas, en buen estado los demás juegos, etc. Incluirá en la limpieza del centro de recreación para que pueda dar buena imagen nuestra a nuestros clientes.

**Encargado de Seguridad:** Velará por la seguridad de las personas que visitarán nuestro lugar de recreación, al igual que los vehículos que se encuentran en la parte de afuera del establecimiento.

#### 6.6.4 FODA

##### **Fuerzas**

- Brindar una sana diversión en el centro de recreación. Con los diferentes juegos y refrigerios que pueden disfrutar mientras se encuentran en centro recreacional.
- Es un lugar no común en el sector de la alborada, muy diferente a los centros comerciales que existen en la ciudad de Guayaquil.
- Tendrá un establecimiento amplio y propio, facilitando que las personas que frecuenten el lugar puedan tener un espacio para sus carros.

##### **Debilidades**

- Los elevados costos de la adquisición de las máquinas y equipos, debido a que la mayoría serán importadas y habría que lidiar con altos impuestos.
- Los costos que se utilizarán para la modificación de la infraestructura del terreno.
- Encontrar el lugar para ubicarlo, para que sea accesible a todos los interesados, especialmente padres de familia.

### **Oportunidades**

- Es un centro atractivo y novedoso, será la diferencia entre los centros comerciales.
- Habrá oportunidad de captar nuevos, y experiencias con los padres de familias.
- Es una ciudad visitada por turistas nacionales y extranjeros, que cuando llevan a sus hijos buscan la forma diversión sana en un lugar moderno.
- Guayaquil, es una ciudad con mucha influencia y mucha demanda, es por tal que necesita la creación de este tipo de proyectos.

### **Amenazas**

- Leyes, permisos de Funcionamiento, Servicio de Cuerpo de Bomberos, Permiso del Municipio.
- Leyes de importación de maquinarias necesarias para llevar a cabo este proyecto.
- Los jóvenes emprendedores que se focalizan en emprender nuevos negocios similares, queriendo convertirse en una fuerte competencia.
- Permisos para la remodelación del parqueadero.

## 6.7.: EVALUACION FINANCIERAS DEL PROYECTO

### 6.7.1. BALANCE DE EQUIPOS Y MAQUINARIAS

Gráfico7.1. Balance de Equipos y Maquinarias Tabla

<b>JUEGOS-EQUIPOS</b>			
<b>EQUIPOS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
BRINCOLIN	\$ 9.354,00	2	\$ 18.708,00
CARRUSEL	\$ 3.200,00	1	\$ 3.200,00
PISCINA CON PELOTAS	\$ 2.300,00	1	\$ 2.300,00
CARITAS PINTADAS	\$ 1.200,00	1	\$ 1.200,00
FUTBOLITO REFORZADO ELECTRONICO	\$ 450,00	1	\$ 450,00
COLUMPIOS DE MADERA	\$ 650,00	1	\$ 650,00
JUEGO DE BUMPER CARS	\$ 3.200,00	1	\$ 3.200,00
PUMP IT UP	\$ 4.600,00	1	\$ 4.600,00
AIR HOCKEY	\$ 1.200,00	1	\$ 1.200,00
MAQUINA CPU MULTIJUEGOS	\$ 800,00	1	\$ 800,00
MAQUINA DE BALONCESTO	\$ 2.000,00	1	\$ 2.000,00
JUEGO DE CARRITOS DE CARRERA	\$ 800,00	1	\$ 800,00
JUEGO DE MOTOS DE CARRERA	\$ 750,00	1	\$ 750,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 30.504,00</b>	<b>14</b>	<b>\$ 39.858,00</b>

Gráfico7.2. Balance de Equipos

<b>EQUIPOS DE ESTABLECIMIENTO</b>			
<b>EQUIPOS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
COMPUTADORA	\$ 550,00	2	\$ 1.100,00
JUEGOS DE MESA CON SILLAS	\$ 300,00	6	\$ 1.800,00
SILLAS	\$ 15,00	10	\$ 150,00
EQUIPO DE MUSICA	\$ 375,00	1	\$ 375,00
MESAS PARA COMPUTADORAS	\$ 110,00	2	\$ 220,00
VITRINAS HORIZONTAL	\$ 135,00	2	\$ 270,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.485,00</b>	<b>23</b>	<b>\$ 3.915,00</b>

Fuente: Cálculos financieros-xcel  
 Elaborado por: Autris de la tesis

Gráfico 7.3. Balance de Equipos de Bar

<b>EQUIPOS DE BAR</b>			
<b>EQUIPOS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
REFRIGERADORA DUREX DE 12 PIES	\$ 600,00	2	\$ 1.200,00
TELEVISOR PRIMAX 32"	\$ 380,00	2	\$ 760,00
VASOS PLASTICOS 10 oz	\$ 0,50	4	\$ 2,00
INDIVIDUALES	\$ 5,00	6	\$ 30,00
CUCHARAS PLASTICAS	\$ 0,50	6	\$ 3,00
SORBETES	\$ 0,65	2	\$ 1,30
SERVILLETAS	\$ 0,35	25	\$ 8,75
PLATOS PLASTICOS	\$ 1,00	25	\$ 25,00
SET DE LIMPIEZA	\$ 1,00	3	\$ 3,00
MICROONDAS	\$ 75,00	1	\$ 75,00
SANDUCHERAS	\$ 15,00	2	\$ 30,00
VITRINA PEQUEÑA	\$ 65,00	1	\$ 65,00
TACHOS DE BASURA	\$ 0,80	3	\$ 2,40
	\$ 7,00	4	\$ 28,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.151,80</b>	<b>86</b>	<b>\$ 2.233,45</b>
<b>Total Inversión</b>			<b>\$ 46.006,45</b>

### 6.7.2. BALANCE DE OBRAS FISICAS

Gráfico 7.4. : Gráfico de Obras físicas

<b>BALANCE DE OBRAS FISICAS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>M2</b>	<b>\$/M2</b>	<b>TOTAL</b>	
TERRENO	246	\$ 200,00	\$ 49.200,00	
EDIFICIOS	246	\$ 250,00	\$ 61.500,00	
MODIFICACION EXTERNAS	61,5	\$ 30,10	\$ 1.851,15	
PARQUEADERO	27,6	\$ 10,00	\$ 276,00	
OBRAS INTERNAS	49,2	\$ 50,00	\$ 2.460,00	
MANO DE OBRA	246	\$ 5,00	\$ 1.230,00	
<b>TOTAL</b>	<b>630,3</b>	<b>\$ 545,10</b>	<b>\$ 116.517,15</b>	

Fuente: Plano de Terreno  
Elaborado por: Integrantes de Tesis

### 6.7.3. Ingresos por Productos

#### Ventas de snacks

El consumo promedio de cada persona es de \$ 7.00, ya sea que consuma bebidas o alimentos. En todo local o centro de recreación por lo menos un 50% de las personas consumen algún tipo de alimentos o bebidas que éste ofrezca.

Es por tal motivo que hemos calculado que la demanda que se afronta es de aproximadamente 263.400, y se supone que va incrementando en un 5% con respecto al año anterior. Hasta llegar al tercer año donde se vuelve estable.

Esto se reflejaría de la siguiente manera:

*Gráfico 7.5 :Tabla de Ingresos por Alimentos*

INGRESOS POR CONSUMO BAR			
PRODUCTOS	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD MENSUAL	TOTAL
SANDUCHES MIXTO	2,50	900	2.250,00
SANDUCHES JAMON	1,75	600	1.050,00
SANDUCHES QUESO	1,50	600	900,00
COLAS	0,75	8640	6.480,00
AGUAS	0,50	10080	5.040,00
JUGOS	1,00	4320	4.320,00
PAPITAS RUFLES	0,50	5400	2.700,00
CACHITOS	0,25	5400	1.350,00
TE HELADO	0,60	2880	1.728,00
CAFÉ	0,50	180	90,00
GALLETAS RICAS	0,60	1800	1.080,00
CHICLES	0,30	4320	1.296,00
TOTAL			<b>28.284,00</b>

*Fuente: Ingresos del proyecto  
Elaborado por: Integrantes de Tesis*

6.7.4.

Gráfico 7.6 : Tabla de Gastos sueldos y salarios

CARGO	NOMINA	SUELDO MENSUAL	BONO NAVIDEÑO (DECIMO TERCERO)	BONO ESCOLAR (DECIMO CUARTO)	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	TOTAL PROPORCIONAL MENSUAL
Gerente	JEAN CARLOS MERA CARPIO	850,00	70,83	22,00	70,83	35,42	103,28	1.152,36
Secretaria	JULIO CESAR OCHOA VILLAMARIN	400,00	33,33	22,00	33,33	16,67	48,60	553,93
Contador	ANDRES FABRICIO LOSANO RODRIGUEZ	800,00	66,67	22,00	66,67	33,33	97,20	1.085,87
Asistente contable	ANGEL RICHARD OCHOA VILLAMARIN	400,00	33,33	22,00	33,33	16,67	48,60	553,93
Colaboradores de Area	LEON MOSQUERA MAXIMILIANO LUIS	350,00	29,17	22,00	29,17	14,58	42,53	487,44
Colaboradores de Area	MARCOS ANTONIO MITE JORDAN	350,00	29,17	22,00	29,17	14,58	42,53	487,44
Colaboradores de Area	EZEQUIEL VALENTIN MARTIN LEON	350,00	29,17	22,00	29,17	14,58	42,53	487,44
Colaboradores de Area	KEVIN MAURICI MORA CHUCHUCA	350,00	29,17	22,00	29,17	14,58	42,53	487,44
Colaboradores de Area	JOSE GABRIEL ZAMBRANO SOLIS	350,00	29,17	22,00	29,17	14,58	42,53	487,44
Colaboradores de Area	ISRAEL JULIAN ROMERO REYES	350,00	29,17	22,00	29,17	14,58	42,53	487,44
Colaboradores de Area	MILTON ENRRIQUE CASTRO MAQUILON	350,00	29,17	22,00	29,17	14,58	42,53	487,44
Colaboradores de Area	ARMANDO EMANUEL ROMERO SUAREZ	350,00	29,17	22,00	29,17	14,58	42,53	487,44
Supervisor	GUILLERMO JULIAN LUCAS ALAY	500,00	41,67	22,00	41,67	20,83	60,75	686,92
Boletería	JUAN CANDO AQUINO ZAMORA	350,00	29,17	22,00	29,17	14,58	42,53	487,44
Empleados del bar	ANDREA CARDENAS VENTIMILLA	280,00	23,33	22,00	23,33	11,67	34,02	394,35
Empleados del bar	KAREN ANDRADE ROSALES	280,00	23,33	22,00	23,33	11,67	34,02	394,35
Servicios variaos	ALBINO PORFIRIO REYES ALEJANDRO	280,00	23,33	22,00	23,33	11,67	34,02	394,35
Servicios variaos	LUIS EDUARDO BAZAN ROSALES	280,00	23,33	22,00	23,33	11,67	34,02	394,35
Guardian	CARLOS LUIS ZAMBRANO	300,00	25,00	22,00	25,00	12,50	36,45	420,95
Guardian	FREDDY EFRAIN YAGUAL CRUZ	300,00	25,00	22,00	25,00	12,50	36,45	420,95
<b>TOTAL</b>		<b>7.820,00</b>	<b>651,67</b>	<b>440,00</b>	<b>651,67</b>	<b>325,83</b>	<b>950,13</b>	<b>10.839,30</b>

Fuente: Cálculos financieros-xcel  
Elaborado por: Autris de la tesis

### 6.7.5. Gastos de Servicios Básicos

Gráfico 7.7.: Tabla de Gastos de Servicios Básicos

<b>GASTOS DE ADMINISTRACION BASICOS</b>		
<b>GASTOS MENSUALES</b>	<b>GASTOS MENSUALES</b>	<b>GASTOS ANUALES</b>
Agua	80,00	960,00
Luz	800,00	9.600,00
Telefono	50,00	600,00
<b>TOTAL</b>	<b>930,00</b>	<b>11.160,00</b>

Fuente: Ingresos del proyecto  
Elaborado por: Integrantes de Tesis

### 6.7.6. Gastos de Publicidad

Gráfico 7.8. : Precios de Publicidad-PRENSA

<b>MEDIOS-PRENSA</b>	<b>PRECIO</b>	<b>Total a pagar MENSUAL</b>	<b>TOTAL APAGAR ANUAL</b>
<b>El Universo</b>	\$30,00	\$ 360,00	\$ 1,440.00
<b>La Revista</b>	\$22,00	\$ 264,00	\$ 1,056.00
<b>Diario Súper</b>	\$18,00	\$ 216,00	\$ 864,00
<b>Diario Extra</b>	\$20,00	\$ 240,00	\$ 960,00
<b>Diario la metro</b>	\$10,00	\$ 120,00	\$480,00
<b>Cosas y Hogar</b>	\$25,00	\$ 300,00	\$1,200.00
<b>TOTAL</b>		\$1,500.00	\$6,000.00

Fuente:stands Publicitarios  
Elaborado por: Integrantes de tesis

Gráfico 7.9: Precios de Publicidad-RADIO

RADIOS	PRECIO	TOTAL A PAGAR
LA OTRA	\$12,00	\$ 144,00
CANELA	\$10,00	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 264,00</b>

Fuente: Oficinas de las radios  
Elaborado por: Integrantes de tesis

### 6.7.7. Depreciación de Equipos

Gráfico 7.10 :Depreciación de equipos

JUEGOS-EQUIPOS				DEPRECIACIÓN		
EQUIPOS	PRECIO UNITARIO	CANTID	TOTAL	% Depreciación	Depreciación anual	Depreciación mensual
BRINCOLIN	\$ 9.354,00	2	\$ 18.708,00	10%	\$ 1.870,80	\$ 155,90
CARRUSEL	\$ 3.200,00	1	\$ 3.200,00	10%	\$ 320,00	\$ 26,67
PISCINA CON PELOTAS	\$ 2.300,00	1	\$ 2.300,00	10%	\$ 230,00	\$ 19,17
CARITAS PINTADAS	\$ 1.200,00	1	\$ 1.200,00	10%	\$ 120,00	\$ 10,00
FUTBOLITO REFORZADO ELECTRONICO	\$ 450,00	1	\$ 450,00	10%	\$ 45,00	\$ 3,75
COLUMPIOS DE MADERA	\$ 650,00	1	\$ 650,00	10%	\$ 65,00	\$ 5,42
JUEGO DE BUMPER CARS	\$ 3.200,00	1	\$ 3.200,00	10%	\$ 320,00	\$ 26,67
PUMP IT UP	\$ 4.600,00	1	\$ 4.600,00	10%	\$ 460,00	\$ 38,33
AIR HOCKEY	\$ 1.200,00	1	\$ 1.200,00	10%	\$ 120,00	\$ 10,00
MAQUINA CPU MULTIJUEGOS	\$ 800,00	1	\$ 800,00	10%	\$ 80,00	\$ 6,67
MAQUINA DE BALONCESTO	\$ 2.000,00	1	\$ 2.000,00	10%	\$ 200,00	\$ 16,67
JUEGO DE CARRITOS DE CARRERA	\$ 800,00	1	\$ 800,00	10%	\$ 80,00	\$ 6,67
JUEGO DE MOTOS DE CARRERA	\$ 750,00	1	\$ 750,00	10%	\$ 75,00	\$ 6,25
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 30.504,00</b>	<b>14</b>	<b>\$ 39.858,00</b>		<b>\$ 3.985,80</b>	<b>\$ 332,15</b>

Fuente: CALCULOS FINANCIEROS -EXCEL  
Elaborado por: Integrantes de Tesis

### 6.7.8. BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>ACTIVOS</b>										
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>										
CAJA	17.654,95	53.336,65	66.271,80	79.943,71	94.347,25	109.464,95	125.261,43	141.679,09	208.793,21	390.839,76
Inventarios	2.233,45	2.233,45	2.233,45	2.233,45	2.233,45	2.233,45	2.233,45	2.233,45	2.233,45	2.233,45
Cuentas por cobrar	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 20.688,40</b>	<b>\$ 56.370,10</b>	<b>\$ 69.305,25</b>	<b>\$ 82.977,16</b>	<b>\$ 97.380,70</b>	<b>\$ 112.498,40</b>	<b>\$ 128.294,88</b>	<b>\$ 153.467,14</b>	<b>\$ 216.203,96</b>	<b>\$ 393.873,21</b>
<b>ACTIVO FIJO:</b>										
Equipos de C.	35.872,20	31.886,40	27.900,60	23.914,80	19.929,00	15.943,20	11.957,40	7.971,60	3.985,80	0,00
Maquinaria	3.523,50	3.132,00	2.740,50	2.349,00	1.957,50	1.566,00	1.174,50	783,00	391,50	-
Terrenos	49.200,00	49.200,00	49.200,00	49.200,00	49.200,00	49.200,00	49.200,00	49.200,00	49.200,00	-
Edificios	61.500,00	61.500,00	61.500,00	61.500,00	61.500,00	61.500,00	61.500,00	61.500,00	61.500,00	61.500,00
Adecuaciones	5.816,75	5.816,75	5.816,75	5.816,75	5.816,75	5.816,75	5.816,75	5.816,75	5.816,75	5.816,75
Depreciación acumulada Edificios	-3.075,00	-6.150,00	-9.225,00	-12.300,00	-15.375,00	-18.450,00	-21.525,00	-24.600,00	-27.675,00	-30.750,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS</b>	<b>\$ 152.837,45</b>	<b>\$ 145.385,15</b>	<b>\$ 137.932,85</b>	<b>\$ 130.480,55</b>	<b>\$ 123.028,25</b>	<b>\$ 115.575,95</b>	<b>\$ 108.123,65</b>	<b>\$ 100.671,35</b>	<b>\$ 93.219,05</b>	<b>\$ 36.566,75</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 173.525,85</b>	<b>\$ 201.755,25</b>	<b>\$ 207.238,10</b>	<b>\$ 213.457,71</b>	<b>\$ 220.408,95</b>	<b>\$ 228.074,35</b>	<b>\$ 236.418,53</b>	<b>\$ 254.138,49</b>	<b>\$ 309.423,01</b>	<b>\$ 430.439,96</b>
<b>PASIVOS</b>										
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>										
Porción corriente deuda largo plazo	31.464,89	31.464,89	31.464,89	31.464,89	31.464,89	31.464,89	31.464,89	31.464,89	30.781,51	-
15% Participación trabajadores	-	5.556,70	7.559,74	9.792,33	12.278,74	15.046,20	18.124,93	21.548,48	32.878,16	37.745,35
25% Impuesto a la Renta	-	7.871,99	10.709,63	13.872,47	17.394,88	21.315,45	25.676,99	30.527,01	46.577,40	53.472,58
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>31.464,89</b>	<b>44.893,57</b>	<b>49.734,25</b>	<b>55.129,68</b>	<b>61.138,50</b>	<b>67.826,53</b>	<b>75.266,80</b>	<b>83.540,38</b>	<b>110.237,06</b>	<b>91.217,94</b>
<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>										
Deuda largo plazo	123.464,30	114.649,05	104.416,70	92.539,47	78.752,96	62.750,10	44.174,78	22.613,38	-	-
<b>TOTAL PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>123.464,30</b>	<b>114.649,05</b>	<b>104.416,70</b>	<b>92.539,47</b>	<b>78.752,96</b>	<b>62.750,10</b>	<b>44.174,78</b>	<b>22.613,38</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	<b>\$ 154.929,19</b>	<b>\$ 159.542,62</b>	<b>\$ 154.150,95</b>	<b>\$ 147.669,15</b>	<b>\$ 139.891,46</b>	<b>\$ 130.576,63</b>	<b>\$ 119.441,58</b>	<b>\$ 106.153,76</b>	<b>\$ 110.237,06</b>	<b>\$ 91.217,94</b>
<b>PATRIMONIO</b>										
CAPITAL SOCIAL	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
RESULTADOS ACUMULADOS		17.796,67	17.796,68	20.158,27	27.532,85	32.751,37	39.145,99	55.603,69	58.653,76	178.004,26
RESERVA LEGAL			2.361,60	3.212,89						
UTILIDAD (PERDIDA) EJERCICIO	17.796,67	23.615,96	32.128,88	41.617,40	52.184,64	63.946,35	77.030,96	91.581,04	139.732,19	160.417,75
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>18.596,67</b>	<b>42.212,63</b>	<b>53.087,15</b>	<b>65.788,56</b>	<b>80.517,49</b>	<b>97.497,72</b>	<b>116.976,95</b>	<b>147.984,73</b>	<b>199.185,95</b>	<b>339.222,01</b>
<b>TOTAL DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>173.525,85</b>	<b>201.755,25</b>	<b>207.238,10</b>	<b>213.457,71</b>	<b>220.408,96</b>	<b>228.074,35</b>	<b>236.418,53</b>	<b>254.138,49</b>	<b>309.423,01</b>	<b>430.439,95</b>
	\$ -	\$ -0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ -0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ -0,00

### 6.7.9. ESTADO DE PERDIDA Y GANANCIAS

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>VENTAS</b>	211.501,00	237.808,00	257.599,04	279.098,27	302.455,38	327.835,74	355.419,67	385.403,80	468.162,84	507.863,62
COSTOS POR MANTENIMIENTO JUEGOS	21.150,00	23.780,60	25.759,90	27.909,83	30.245,54	32.783,57	35.541,97	38.540,38	41.800,25	45.344,97
COSTOS POR SERVICIOS	130.071,56	135.274,42	140.685,40	146.312,82	152.165,33	158.251,94	164.582,02	171.165,30	178.011,91	185.132,39
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>151.221,56</b>	<b>159.055,02</b>	<b>166.445,30</b>	<b>174.222,64</b>	<b>182.410,87</b>	<b>191.035,51</b>	<b>200.123,99</b>	<b>209.705,68</b>	<b>219.812,16</b>	<b>230.477,35</b>
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>60.279,44</b>	<b>78.752,98</b>	<b>91.153,74</b>	<b>104.875,63</b>	<b>120.044,51</b>	<b>136.800,22</b>	<b>155.295,69</b>	<b>175.698,12</b>	<b>248.350,67</b>	<b>277.386,27</b>
MARGEN DE CONTRIBUCION	60.279,44	102.533,58	116.913,64	132.785,46	150.290,05	169.583,80	190.837,65	214.238,50	290.150,92	322.731,23
%MARGEN DE CONTRIBUCION	0,40	0,64	0,70	0,76	0,82	0,89	0,95	1,02	1,32	1,40
<b>GASTOS</b>										
INTERES	23.870,47	22.649,64	21.232,54	19.587,65	17.678,33	15.462,08	12.889,55	9.903,49	6.437,39	2.414,11
GASTOS ADMINISTRATIVOS	11.160,00	11.606,40	12.070,66	12.553,48	13.055,62	13.577,85	14.120,96	14.685,80	15.273,23	15.884,16
DEPRECIACION EQUIPOS	4.377,30	4.377,30	4.377,30	4.377,30	4.377,30	4.377,30	4.377,30	4.377,30	4.377,30	4.377,30
DEPRECIACION EDIFICIOS	3.075,00	3.075,00	3.075,00	3.075,00	3.075,00	3.075,00	3.075,00	3.075,00	3.075,00	3.075,00
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>\$ 42.482,77</b>	<b>\$ 41.708,34</b>	<b>\$ 40.755,50</b>	<b>\$ 39.593,43</b>	<b>\$ 38.186,25</b>	<b>\$ 36.492,22</b>	<b>\$ 34.462,82</b>	<b>\$ 32.041,59</b>	<b>\$ 29.162,92</b>	<b>\$ 25.750,57</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>17.796,67</b>	<b>37.044,64</b>	<b>50.398,24</b>	<b>65.282,20</b>	<b>81.858,26</b>	<b>100.308,00</b>	<b>120.832,87</b>	<b>143.656,54</b>	<b>219.187,75</b>	<b>251.635,69</b>
15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES		5.556,70	7.559,74	9.792,33	12.278,74	15.046,20	18.124,93	21.548,48	32.878,16	37.745,35
25% IMPUESTO A LA RENTA		7.871,99	10.709,63	13.872,47	17.394,88	21.315,45	25.676,99	30.527,01	46.577,40	53.472,58
<b>UTILIDAD NETA (PERDIDA) ANUAL</b>	<b>17.796,67</b>	<b>23.615,96</b>	<b>32.128,88</b>	<b>41.617,40</b>	<b>52.184,64</b>	<b>63.946,35</b>	<b>77.030,96</b>	<b>91.581,04</b>	<b>139.732,19</b>	<b>160.417,75</b>
<b>UTILIDAD NETA ACUMULADA</b>		<b>41.412,63</b>	<b>73.541,51</b>	<b>115.158,91</b>	<b>167.343,55</b>	<b>231.289,90</b>	<b>308.320,85</b>	<b>399.901,90</b>	<b>539.634,08</b>	<b>700.051,84</b>

**RENTABILIDAD SOBRE:**

Ventas netas:	211.501,00	237.808,00	257.599,04	279.098,27	302.455,38	327.835,74	355.419,67	385.403,80	468.162,84	507.863,62
Utilidad / Activos	0,1026	0,1171	0,1550	0,1950	0,2368	0,2804	0,3258	0,3604	0,4516	0,3727
Utilidad neta/ Patrimonio	0,9570	0,5595	0,6052	0,6326	0,6481	0,6559	0,6585	0,6189	0,7015	0,4729

**Porcentaje de reparto de utilidades:**

Utilidades repartidas accionistas	16.017,00	21.254,36	28.915,99	37.455,66	46.966,18	57.551,71	69.327,86	82.422,94	125.758,97	144.375,98
Reserva Legal y facultativa	1.779,67	2.361,60	3.212,89	4.161,74	5.218,46	6.394,63	7.703,10	9.158,10	13.973,22	16.041,78
utilidades acumuladas	17.796,67	23.615,96	32.128,88	41.617,40	52.184,64	63.946,35	77.030,96	91.581,04	139.732,19	160.417,75

6.7.10. FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA Proyectado												
Proyección ventas	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
Ventas Totales		211.500	237.806	257.599	279.098	302.455	327.836	355.420	385.404	468.163	507.864	3.333.144
<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>211.501</b>	<b>237.808</b>	<b>257.599</b>	<b>279.098</b>	<b>302.455</b>	<b>327.836</b>	<b>355.420</b>	<b>385.404</b>	<b>468.163</b>	<b>507.864</b>	<b>3.333.144</b>
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>												
Recuperación ventas al contado		211.501	237.808	257.599	279.098	302.455	327.836	355.420	385.404	468.163	507.864	3.333.147
<b>TOTAL INGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>211.501</b>	<b>237.808</b>	<b>257.599</b>	<b>279.098</b>	<b>302.455</b>	<b>327.836</b>	<b>355.420</b>	<b>385.404</b>	<b>468.163</b>	<b>507.864</b>	<b>3.333.147</b>
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>												
Costos por Servicios		130.072	135.274	140.685	146.313	152.165	158.252	164.582	171.165	178.012	185.132	1.561.653
Costos por Reparación		21.150	23.781	25.760	27.910	30.246	32.784	35.542	38.540	41.800	45.345	322.857
Gastos Administrativos		11.160	11.606	12.071	12.553	13.056	13.578	14.121	14.686	15.273	15.884	133.988
Pago de 15% Participación			0	5.557	7.560	9.792	12.279	15.046	18.125	21.548	32.878	122.785
Pago de 25% Impuesto a la Renta			0	7.872	10.710	13.872	17.395	21.315	25.677	30.527	46.577	173.946
<b>TOTAL EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>162.382</b>	<b>170.661</b>	<b>191.945</b>	<b>205.045</b>	<b>219.131</b>	<b>234.287</b>	<b>250.607</b>	<b>268.193</b>	<b>287.161</b>	<b>325.817</b>	<b>2.315.229</b>
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>		<b>49.119</b>	<b>67.147</b>	<b>65.654</b>	<b>74.053</b>	<b>83.324</b>	<b>93.549</b>	<b>104.813</b>	<b>117.210</b>	<b>181.002</b>	<b>182.047</b>	<b>1.017.918</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>												
Préstamo Institución Financiera		162.524										
<b>TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>162.524</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>						
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>												
Pago de canón Préstamo Bancario		7.594	8.815	10.232	11.877	13.787	16.003	18.575	21.561	25.027	29.051	162.524
Reparto de dividendos				21.254	28.916	37.456	46.966	57.552	69.328	82.423	125.759	469.654
Pago de Interes de préstamo		23.870	22.650	21.233	19.588	17.678	15.462	12.890	9.903	6.437	2.414	152.125
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>		<b>31.465</b>	<b>31.465</b>	<b>52.719</b>	<b>60.381</b>	<b>68.921</b>	<b>78.431</b>	<b>89.017</b>	<b>100.793</b>	<b>113.888</b>	<b>157.224</b>	<b>784.303</b>
<b>FLUJO DE CAJA NO OPERACIONAL</b>		<b>131.059</b>	<b>-31.465</b>	<b>-52.719</b>	<b>-60.381</b>	<b>-68.921</b>	<b>-78.431</b>	<b>-89.017</b>	<b>-100.793</b>	<b>-113.888</b>	<b>-157.224</b>	<b>-784.303</b>
<b>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>												
Inversión compra suministros		46.006		0	0	0	0	0	0	0	0	46.006
Inversión compra Terrenos y edificios		110.700		0	0	0	0	0	0	0	0	110.700
Inversión gastos de adecuación		5.817										
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>		<b>162.524</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>156.706</b>						
<b>FLUJO NO OPERACIONAL</b>		<b>131.059</b>	<b>-31.465</b>	<b>-52.719</b>	<b>-60.381</b>	<b>-68.921</b>	<b>-78.431</b>	<b>-89.017</b>	<b>-100.793</b>	<b>-113.888</b>	<b>-157.224</b>	<b>0</b>
<b>FLUJO NETO GENERADO</b>		<b>17.655</b>	<b>35.682</b>	<b>12.935</b>	<b>13.672</b>	<b>14.404</b>	<b>15.118</b>	<b>15.796</b>	<b>16.418</b>	<b>67.114</b>	<b>182.047</b>	
<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>		<b>0</b>	<b>17.655</b>	<b>53.337</b>	<b>66.272</b>	<b>79.944</b>	<b>94.347</b>	<b>109.465</b>	<b>125.261</b>	<b>141.679</b>	<b>208.793</b>	
<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>		<b>-162.524</b>	<b>17.655</b>	<b>53.337</b>	<b>66.272</b>	<b>79.944</b>	<b>94.347</b>	<b>109.465</b>	<b>125.261</b>	<b>141.679</b>	<b>208.793</b>	<b>390.840</b>

54.684

TIR	39,90%
VAN	212.205,19
TASA DE DESCUENTO	20%
TMAR	30,00%
PAY BACK	3,32 AÑOS

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

Luego de nuestra motivación por emprender un negocio utilizando la infraestructura de un local ya construido y de haber realizados las debidas investigaciones de mercado apropiados, hemos llegado a la conclusión de que el centro de recreación infantil que queremos implementar en la zona norte en la Av. Guillermo Rolando Pareja Cdla. Alborada 2da Etapa, Mz.7de la ciudad de Guayaquil, tendrá una muy buena acogida.

- ❖ Debido a que es adecuado en ese sector debido a los escasos de este tipo de centros recreacionales. Además se encuentra en un punto estratégico del norte donde clientes de otros sectores tengan un rápido acceso a este tipo de centros recreacionales
- ❖ Muchos de los factores que determinaron la reinversión dieron como resultado no crear más tasa de desempleo en la ciudad de Guayaquil sino más bien continuar con la actividad económica que es importante para el desarrollo de la ciudad. Reutilizar los espacios que sirva para la creación de nuevos negocios.
- ❖ Según el análisis cualitativo expuesto anteriormente, de un 100% de la implementación de este centro, un 1% se mostró en desacuerdo y un 99% de acuerdo, un resultado que muestra la existencia de dicha necesidad.
- ❖ Además de nuestro FODA, hemos podido ampliar nuestras estrategias, y si éstas se cumplen correctamente, permitirán que el proyecto sea el más preferido de las personas. Estas estrategias se direccionan más a nuestros clientes y/o consumidores que son los que necesitan un centro de recreación con un ambiente diferente a los que se acostumbra visitar.

En donde esté a simple vista la ubicación de nuestros equipos, juegos y el pequeño bar que tendremos a disposición para los usuarios que visiten nuestras instalaciones.

Para que de ésta forma ganemos en el mercado una ventaja competitiva, al brindar servicios de calidad ante nuestros consumidores y para que éstos se lleven una buena impresión de lo que ofrecemos junto con el buen trato.

Después de analizar la industria en comparación con las 5 fuerzas de Porter. Se concluye que tenemos una alta amenaza de nuevos competidores, es moderadamente alto el poder de negociación de los clientes (ya que son ellos los que deciden si prefieren frecuentar nuestro centro de recreación y se convierten en fieles consumidores o no).

- ❖ Se reflejó como resultado en la amenaza de nuestros productos o servicios sustitutos una demanda media/alta (debido a la variedad de actividades diurnas y nocturnas que se pueden realizar en la ciudad de Guayaquil), en tanto al poder de negociación de los proveedores es alto (esto se da a la poca variedad de distribuidores que existen en la ciudad y que se encargan de la venta de estos equipos que son de altos costos) y finalmente la rivalidad entre competidores que existen es medio/bajo (ya que la mayoría de las personas se dedican a su negocio propio o a trabajar para una empresa).
- ❖ Para poder establecer las delegaciones de nuestros operarios, se establecieron diferentes departamentos, con el fin de que mantengamos un orden al realizar los trabajos que se encomiendan en cada área, y para el diferente personal con el que contamos.
- ❖ En el análisis financiero realizado, se encontró buenos resultados alentadores. Una tasa de retorno de 39.90% y un VAN de \$ 212,205.19, esto nos demuestra que para emprender este proyecto existen más ventajas de rentabilidad para efectuarse que desventajas para que no se realice.

Además, la inversión que realicemos se recuperará en 3 años. Tiempo que se considera muy bueno y beneficioso para que una empresa recupere la inversión y adquiera mucha más utilidad. A pesar de haber invertido una cantidad alta de dinero para la adquisición de los equipos y pequeños cambios en la infraestructura del local, tanto interna como externa.

El llegar a emprender este negocio, no sólo obtuviéramos buenos ingresos sino también el de no desperdiciar nuestro talento humano, en este caso se contrataría al personal que se quedará sin empleo con los cierres de los casinos, se los capacitaría y se los incentivarán con bonos, aumento de sueldo o de puesto. Así podemos brindar un mayor confort, respeto y buen trato que los clientes/consumidores en nuestro sector se merecen.

## **RECOMENDACIONES**

Con respecto a la iniciativa de nuestro proyecto, todo se ha realizado con estrategias, y los cálculos financieros se encuentran concadenados con los datos reales.

Para poder manejar nuestra inversión inicial lo realizaremos tomando en cuenta conseguir mejores amistades comerciales para así poder disminuir nuestros costos, como buscar proveedores que nos brinden equipos de recreación, insumos, entre otras en precios más bajos de lo que conseguimos y que se pueden observar más detalladamente en los cálculos financieros de nuestro proyecto.

Nuestra ubicación según el estudio realizado, cumple con las cualidades necesarias para ser la opción más acogida del mercado. Si por algún motivo se piensa cambiar el local, habría que tomar en cuenta el lugar para ver si es o no una buena inversión.

# Referencias

[www.google.com](http://www.google.com)

[www.monografias.com.ec](http://www.monografias.com.ec)

<http://www.burodeanalis.com/2010/12/23/cifras-del-desempleo-podrian-cerrar-por-debajo-del-7-este-ano/>

[http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-ciudadania-ecuador0/noticias-ciudadania-ecuador/ir\\_a/lista-guayas/article//reconversion-laboral-no-convence-a-empleados-de-salas-de-juegos-y-casinos.html](http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-ciudadania-ecuador0/noticias-ciudadania-ecuador/ir_a/lista-guayas/article//reconversion-laboral-no-convence-a-empleados-de-salas-de-juegos-y-casinos.html)

<http://www.beckmanncashagen.de/es/spielplatzzubehoer/ballspele.php>

<http://www.playequipmentco.com/products.htm>

<http://www.arcade-machine-manufacturer.com/es/basketball-arcade-games.html>

<http://pumpitupnx.es.tl/Aprende-a-jugar-pump-it-up.htm>

<http://www.juegoslocos.net/juegos/jugar/3951/air-hockey.html>

# ANEXO

## FORMATO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

### ENCUESTA

Con esta encuesta queremos conocer las actividades preferentes que los padres de familia realizan con sus hijos en su tiempo libre, para que nos ayuden a detallar sus necesidades de sano entretenimiento para complementar nuestro estudio de factibilidad de la creación de un centro de entretenimiento para las edades entre 4 a 10 años de edad en la ciudad de Guayaquil.

1.- **Edad:**    21-30 ( )                      31-40 ( )                      41-50 ( )

2.- **Sexo:**    Masculino ( )                      Femenino ( )

3.- **¿Qué actividades realiza usted con sus hijos en los tiempos libres?**

Jugar Videojuegos ( )    Leer ( )    Ir al cine ( )    Deportes ( )

4.- **¿Qué lugares visita usted con sus hijos en los tiempos libres?**

Malecón 2000 ( )    Play Zone ( )    Heladerías ( )    Pizzerías ( )

5.- **¿En qué Lugares conoce usted que existen zona de recreación Infantil?**

Centros Comerciales ( )    River Park ( )    Complejos ( )    Parques ( )

6.- **¿Le gustaría llevar a sus hijos a un centro de diversión dirigido para niños?(Si responde no, conteste el porqué)**

SI ( )                      NO ( )                      ¿PORQUE? \_\_\_\_\_

7.- **En una escala del 1 al 3, donde 3 es “muy interesante” y 2 es “poco interesante y 1 es “nada interesante”**

**¿Qué tan interesante cree usted que sería un Centro Recreativo para los niños?**

1		Nada Interesante
2		Poco Interesante
3		Muy Interesante

**8.- ¿Qué actividades y/o servicios además de los juegos mecánicos y virtuales le gustaría que ofrezca el centro recreativo para niños?**

	Manualidades		Círculo de lectura
	Caritas pintadas		Adivinanzas
	Clase de baile		Teatro
	Patio de Comida		Tenis de mesa

**9.- En caso de que se realizaran torneos en dicho centro de diversiones ¿de qué tipo desearía que fuera?**

PUMP IT UP ( )      Futbolito ( )      Baile ( )      Tenis de Mesa ( )

**10.- Le gustaría usted que existiera un centro de diversiones completo, es decir, patio de comidas videojuegos y guardería.**

SI ( )

NO ( )

**¡Muchas Gracias Por Su Amable Colaboración!**

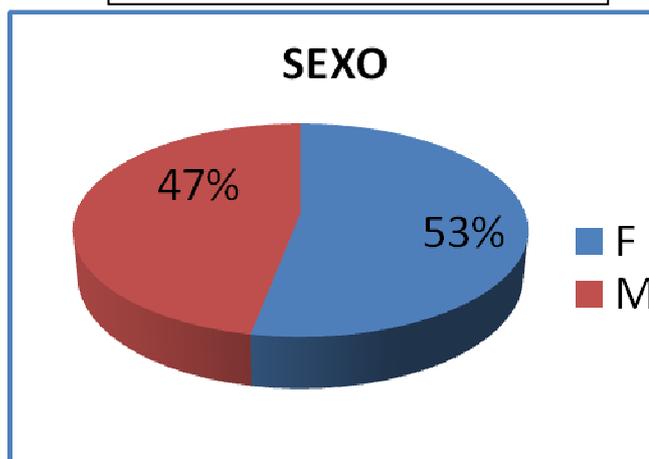
## ANÁLISIS DE ENCUESTAS

### TABULACION:

De un total de 100 personas encuestadas en la ciudad de Guayaquil, se obtuvieron los siguientes resultados:

SEXO	#
F	53
M	47
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Gráfico 3.3 Gráfico de Sexos



Fuente: Tabulación de Encuestas  
Elaborado: Autores de la Tesis

*De los diferentes sectores encuestados, un 53% fueron madres de familia, porque ellas pasan mucho más tiempo con sus niños, lo llevan a distraerse en el momento que se encuentran libres y un 47% fue de hombres, casi no es mucha la diferencia debido a que en los tiempos de ahora los hombres también se recrean con sus hijos. El deber de padres ya no sólo es de mujeres, sino de ambos. Si uno no puede un fin de semana tiene que ser el otro representante, pero alguien de ellos tiene que movilizarse.*

**¿Qué actividades realiza usted con sus hijos en los tiempos libres?**

¿Qué actividades realiza usted con sus hijos en los tiempos libres?	#
CINE	18
VIDEO JUEGOS	40
DEPORTES	33
LEER	9
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Gráfico 3.4. Gráfico de Actividades



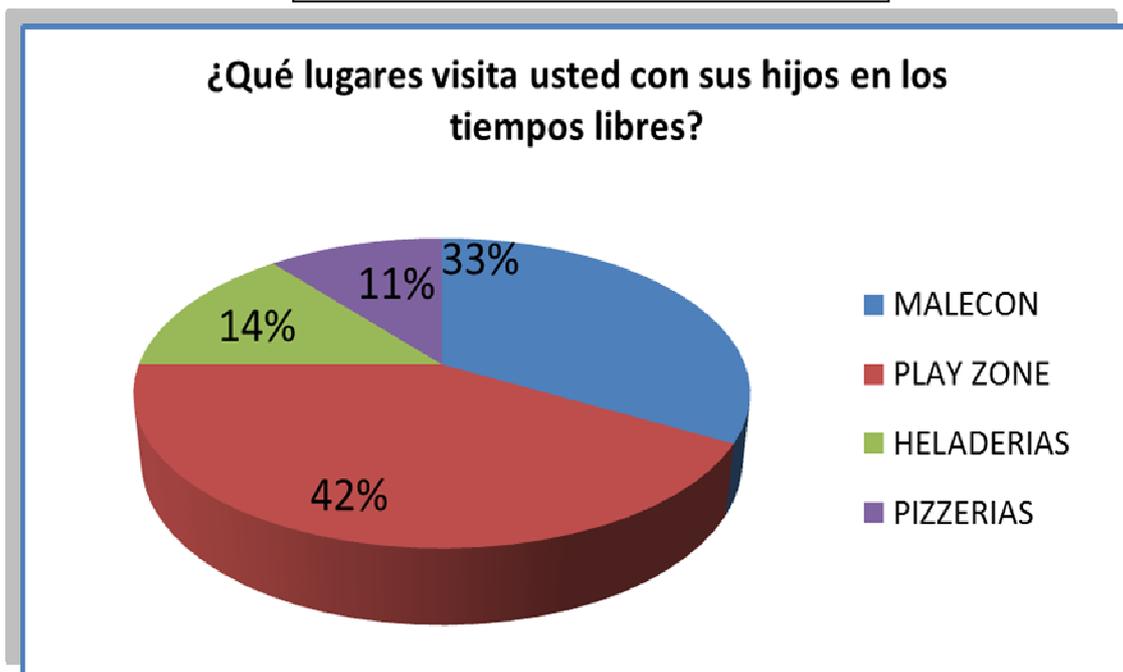
Fuente: Tabulación de Encuestas  
Elaborado: Autores de la Tesis

La mayoría de las personas realizan actividades con sus hijos, el 40% juegan videojuegos, mientras que el 33% tiene como preferencia hacer deportes, un 18% se movilizan al cine, y el 9% restante de padres de familias optan por leer un buen libro con sus hijos. Esto está dando como resultado que la mayoría de familias prefieren llevar a sus hijos a una zona de juegos para su distracción.

¿Qué lugares visita usted con sus hijos en los tiempos libres?

¿Qué lugares visita usted con sus hijos en los tiempos libres?	#
MALECON	33
PLAY ZONE	42
HELADERIAS	14
PIZZERIAS	11
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Gráfico 3.5 Gráfico de Lugares Frecuentados



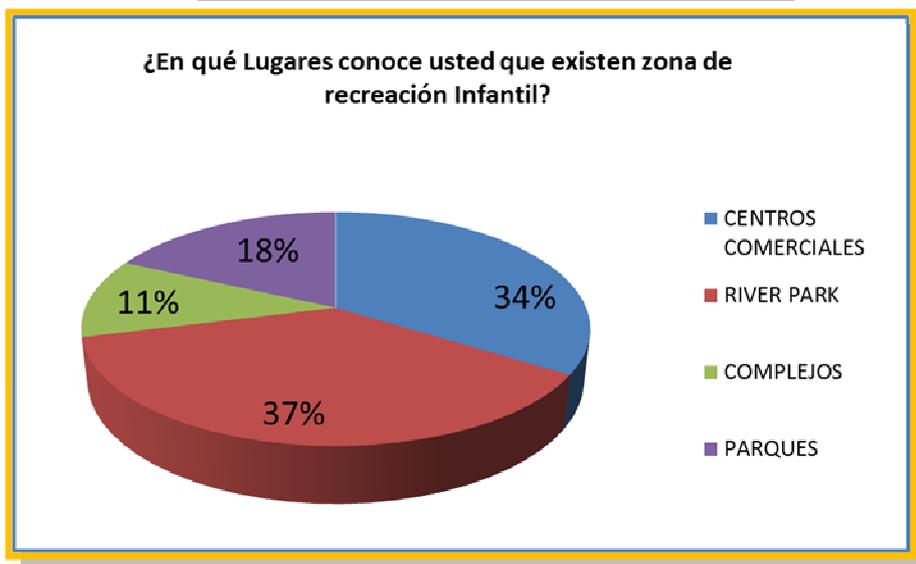
Fuente: Tabulación de Encuestas  
Elaborado: Autores de la Tesis

En cuanto a la frecuencia de visitar lugares con los niños gran parte de las personas suelen divertirse y entretenerse en el “Play Zone” en cuando (42%), es decir la frecuentan 1 o 2 veces cada semana, el 33% prefiere ir a caminar por el malecón, tomarse fotos y pasar una tarde al ambiente libre, el 14% se refresca tomando un helado, y el 11% prefiere aprovechar las promociones que las pizzerías ofrecen cada martes o entre días de la semana.

¿En qué Lugares conoce usted que existe zona de recreación Infantil?

¿En qué Lugares conoce usted que existen zona de recreación Infantil?	#
CENTROS COMERCIALES	34
RIVER PARK	37
COMPLEJOS	11
PARQUES	18
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Gráfico 3.6. Gráfico de Lugares de Recreación



Fuente: Tabulación de Encuestas  
Elaborado: Autores de la Tesis

Las personas que acostumbran llevar a sus niños a divertirse conocen a River park como uno de los centros de distracción más preferencial y nombrado para niños y jóvenes ocupando un 37% del mercado, el 34% tiene conocimiento que puede encontrar un área de recreación infantil dentro de un centro comercial, mientras que el 18% se dirigen a los diferentes parques que existen en la ciudad de Guayaquil (acuáticos, forestales, etc.) Y el 11% de la población se distrae en un complejo.

¿Le gustaría llevar a sus hijos a un centro de diversión dirigido para niños? (Si responde no, conteste el porqué)

¿Le gustaría llevar a sus hijos a un centro de diversión dirigido para niños?	#
SI	98
NO	2
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Gráfico 3.7 Gráfico de Aceptación de Centro



Fuente: Tabulación de Encuestas  
Elaborado: Autores de la Tesis

El 98% piensa que un centro de recreación infantil, tendría mucha acogida en el mercado de Guayaquil, sector Norte es buen emprendimiento, es decir casi todos están convencidos del beneficio y alegría que traería la implementación de este negocio. Mientras que el 2% cree que no es así, un porcentaje sumamente bajo no acepta debido a que tienen “miedo” no se sienten seguro del tipo de diversión de sus niños que podrían tener.

Gran parte de la población se siente interesada por la existencia de un centro de recreación especializado para niños, debido a que sería un lugar en donde el trato sea para ellos siendo un (81%) del sector Norte-Sur-Centro, el 8% piensa que es poco interesante y un mínimo porcentaje de ellas no ve interesante este centro recreacional.

¿Qué actividades y/o servicios además de los juegos mecánicos y virtuales le gustaría que ofrezca el centro recreativo para niños?

¿Qué actividades y/o servicios además de los juegos mecánicos y virtuales le gustaría que ofrezca el centro recreativo para niños?	#
MANUALIDADES	12
CARITAS PINTADAS	9
CLASES DE BAILES	16
PATIO DE COMIDA	26
CIRCULO DE LECTURA	10
ADIVINANZAS	8
TEATRO	10
TENIS DE MESA	9
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Gráfico 3.8. Gráfico de Intereses en el Centro de Recreación



Fuente: Tabulación de Encuestas  
Elaborado: Autores de la Tesis

Gran parte de las personas optan para que nuestro centro de recreación tenga un patio de comida, siendo esta una aceptación del (26%), el 16% para que brindemos un servicio de baile para niños y niñas, el 12% que practiquen manualidades, el 10% solicita que instruyan con círculos de lectura, y enseñanza de teatro, el 9% se recrea con tenis de mesa, y el (8%) a un área de adivinanzas donde los niños puedan esforzar su forma de describir las cosas.

Le gustaría usted que existiera un centro de diversiones completo, es decir, patio de comidas videojuegos y guardería.

Le gustaría usted que existiera un centro de diversiones completo, es decir, patio de comidas videojuegos y guardería	#
SI	99
NO	1
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Gráfico 3.9.. Gráfico de Servicios Adicionales



Fuente: Tabulación de Encuestas  
Elaborado: Autores de la Tesis

De la población encuestada el 99% está de acuerdo que exista un centro de diversión para niños equipado totalmente, que tenga áreas específicas, o secciones en donde exista observación alguna de nuestro personal plenamente capacitado para tener una muy buena rentabilidad en la confianza y servicio que brindemos. Es muy poco el porcentaje que no piense en el desarrollo intelectual y psicológico de sus niños, por ello rechazan la idea que este centro de recreación.

<b>ESTRUCTURA DE CAPITAL</b>			\$ 130.071,56
Gastos de constitución, registros, permisos	0	75%	292.595,16
		-56%	-162.523,60
Banco del Pacifico		100%	\$ 162.523,60

<b>capital</b>	\$ 162.523,60	
<b>interes</b>	11%	Tasa activa referencial PYMES
<b>comision</b>	0	
<b>años</b>	4	
<b>periodos</b>	2	
	0,0566	
<b>Periodo de gracia</b>	0	
	8	
	0,356253102	
	\$ 25.821,07	

Periodos	Intereses	Comisiones	Amortizaciones	Dividendos	Saldo de capital
1	9.199	-	16.622,23	25.821,07	145901,37
2	8.258	-	17.563,05	25.821,07	128338,32
3	7.264	-	18.557,12	25.821,07	109781,20
4	6.214	-	19.607,45	25.821,07	90173,74
5	5.104	-	20.717,23	25.821,07	69456,51
6	3.931	-	21.889,83	25.821,07	47566,68
7	2.692	-	23.128,79	25.821,07	24437,88
8	1.383	-	24.437,88	25.821,07	0,00
	0	-	25.821,07	25.821,07	

**PROGRAMA DE VENTAS**

promdio de vistas al mes en el primer año	950	
costo promedio por persona	\$ 15,00	
comida promedio	\$ 7,00	
fiesta	\$ 100,00	

inflacion	3,33										
	15	15,60000	16,22400	16,87296	17,54788	18,24979	18,97979	19,73898	20,52854	21,34968	22,20366

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
chikis park ( numero de visitas )	11400	11970	12568,5	13197	13857	14550	15277	16041	16843	17685	18569
venta de comida ( numero de combos vendidos )	5700	7182	7541	7918	8314	8730	9166	9625	10106	10611	11142
ingrso por fiestas infantiles (numero de fiestas infatieles por año)	6	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
porcentaje de incremento de visitas al año		5%	12%	18%	20%	24%	26%	30%	34%	36%	40%

inflacion		4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%
-----------	--	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
chikis park	171.000,00	186.732,00	203.911,34	222.671,19	243.156,94	265.527,38	289.955,89	316.631,84	345.761,96	377.572,07	412.308,70
venta de comida	39.900,00	50.274,00	52.787,70	55.427,09	58.198,44	61.108,36	64.163,78	67.371,97	70.740,57	74.277,59	167.124,59
ingrso por fiestas infantiles	600,00	800,00	900,00	1.000,00	1.100,00	1.200,00	1.300,00	1.400,00	1.500,00	1.600,00	255,00
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>211.500,00</b>	<b>237.806,00</b>	<b>257.599,04</b>	<b>279.098,27</b>	<b>302.455,38</b>	<b>327.835,74</b>	<b>355.419,67</b>	<b>385.403,80</b>	<b>418.002,53</b>	<b>453.449,66</b>	<b>579.688,28</b>