

Proyecto Creación de una empresa de organización de fiestas infantiles en la ciudad de Machala de la provincia de “El Oro”, 2010

L. Armijos⁽¹⁾, A. Borja⁽²⁾, P. Pacheco⁽³⁾
Escuela de Diseño y Comunicación Visual
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus Las Peñas, Malecón 100 y Loja
Apartado 09-01-5863, Guayaquil-Ecuador
laarmijo@espol.edu.ec⁽¹⁾, acborja@espol.edu.ec⁽²⁾, palpache@espol.edu.ec⁽³⁾

Resumen

El juego es la actividad más agradable con la que cuenta el ser humano, desde que nace hasta que tiene uso de razón, el juego ha sido y es el eje que mueve sus expectativas para buscar un rato de descanso y esparcimiento. Los juegos propician la activación de mecanismos cognoscitivos y motrices, mediante situaciones de exploración de las propias posibilidades corporales y de resolución de problemas motrices, se trata en esta etapa de contribuir a la adquisición mayoritaria de patrones motores básicos con los que se puedan construir nuevas opciones de movimiento y desarrollar correctamente las capacidades motrices y las habilidades básicas. Ante éste contexto resulta importante recalcar que el estudio radica en la implementación de una empresa que brinda servicios de organización de fiestas infantiles, con instalaciones óptimas y sobretodo originales para el esparcimiento o y diversión de los niños, que aporten a su desarrollo y crecimiento personal y emocional.

Palabras Claves: Mecanismos Cognoscitivos, habilidades básicas, instalaciones óptimas.

Abstract

The game is the most pleasant activity with which counts the human being, since he is born until he has reason use, the game has been and it is the axis that moves its expectations to look for a while of rest and enjoy. The games propitiate the activation of cognitive and motive mechanisms, by means of situations of exploration of the own corporal possibilities and of resolution of motive problems, it is in this stage to contribute to the majority acquisition of patron basic motors with those that new movement options can be built and to develop the motive capacities and the basic abilities correctly. For this context is important to emphasize that the study resides in the implementation of a company that offers a service of infantile parties organization, with good facilities and overalls originals for the children's entertainment that contribute to its development and personal and emotional growth amusement.

Keywords: Cognocitive Mechanisms, basic skills, optimal facilities.

1. Introducción.

La ciudad de Machala, capital de la provincia de El Oro, ubicada al sur oeste de la costa ecuatoriana, ha experimentado un acelerado desarrollo en el ámbito social, cultural, económico y político, caracterizándose por su producción agrícola, que la ubica como la capital bananera del mundo, paralelamente con un alto desarrollo comercial, toda vez que cuenta con Puerto Bolívar, zona portuaria y aduanera de primer orden, donde se realiza la exportación del banano y de otros productos agrícolas e industriales.

El desarrollo urbanístico de Machala la ubica entre las ciudades más importantes y hermosas del país, ya que cuenta con importantes proyectos de urbanización como alegres paseos, parques de aguas explosivas y rápidas avenidas. “La ciudad cambia por un lado y por otro mantiene su lado particular, sencillo, lo que le consigna diferencias, afirma sus colores y aumenta el calor interior”. [1]

Machala aún tiene la gracia, de ser una ciudad pequeña, ágil, íntima, sin embotellamientos, ni colas perpetuas. No se puede pedir que eso cambie, con tal de ser más moderna, porque es moderna pero no está atrapada en las extravagancias y tributos que cobra la modernidad.

Parecería evidente que el conjunto de valores culturales, tradiciones, usos, costumbres, creencias y significados que llegaron a configurar la identidad de Machala, tuvieron su apogeo o su más nítida representación hasta la segunda mitad del siglo pasado, antes de la explosión demográfica en los años que le siguieron. Esto no implica admitir forzosamente su desaparición, a partir de entonces; otros fenómenos socioculturales más complejos han tenido lugar y quizás la identidad señalada quedó restringida, en estado latente, aunque siempre palpitante y reclamando espacios.

La interculturalidad es la práctica más universal de los últimos años, pero nunca el desconocimiento de una identidad; por el contrario, la interculturalidad requiere de esa fuente originaria de valores culturales, para funcionar e interactuar.

En el marco de este contexto, la población machaleña caracterizada por su espíritu alegre ha multiplicado sus razones y fechas, de tal manera que sus fiestas populares no son una celebración extraordinaria y se convierten en parte de la cotidianidad.

Constantemente las familias de la sociedad machaleña acostumbran a participar con frecuencia en eventos sociales de todo tipo, encontrándose con la realidad de que en la ciudad no existen suficientes empresas u organismos que oferten espacios adecuados que satisfagan la demanda social para realizar las fiestas de onomásticos, sobretodo de los niños, fuente de inspiración, alegría y felicidad para la familia.

En tal virtud se considera relevante el propósito de ingresar al mercado el servicio innovador en la organización de fiestas infantiles en la ciudad de Machala, de tal manera que impacte en la población, por sus múltiples opciones ofertadas para el esparcimiento y diversión de los niños.

Magic Park es una empresa que ha tomado en cuenta ala sociedad machaleña como grupo objetivo, tendiendo a impulsar una más amplia visión en un ambiente donde la competitividad y el desarrollo continuo son primordiales.

El principal objetivo del proyecto es: Diseñar las características de una empresa organizadora de fiestas infantiles, diversión y esparcimiento de niñas y niños ofrecido para la ciudad de Machala de la provincia de El Oro, cumpliendo con los requerimientos y necesidades del mercado, que se encuentra en continuo avance.

Los gestores de la empresa son: Patricia Pacheco Zerda, Lady Armijos Suárez y Andrea Borja Vulgarín, quienes se desenvuelven en una ambiente de publicidad y manejo de imagen, con el respectivo asesoramiento de profesionales en los campos requeridos para la empresa, desarrollarán un proyecto de negocio moderno y atractivo.

La empresa tiene una infraestructura adecuadamente instalada en una dimensión de 600m², en donde consta el área social, oficina, cancha de fútbol, cancha de básquet, zona de recreación, estacionamiento y bodega. Desde sus inicio la empresa tiene establecido 2 tipos de personal, el fijo y el de contrato, que serán requeridos según las necesidades del cliente.

Magic Park requiere una inversión de \$167.227,00 de los cuales se cuenta con el aporte aproximadamente del 48% del mismo que representa \$80.000,00 por parte de los socios. Para el primer año se estima la venta de 1 a 2 evento por semana que equivale a un promedio de 48 eventos al año, valores que variarán en el transcurso de los años de estimación.

El ingreso anual aproximado es de \$76.100 durante el primer año, cantidad que irá incrementando según la inflación y la demanda del servicio, estimado durante los siguientes 4 años.

La empresa estará ubicada en la Avenida Las Palmeras entre Marcel Laneado y décima norte del Cantón Machala provincia de El Oro, lugar estratégico para el desenvolvimiento de la empresa.

2. Magic Park

Los servicios de Fiestas Infantiles organizados por Magic Park, se brindarán en las instalaciones de la empresa, que serán totalmente adecuadas para la segura y divertida atención de los niños, ubicada en el noroeste de la ciudad de Machala.

Las áreas de esparcimiento al aire libre serán técnicamente construidas:

Se contará con gran variedad de juegos individuales y mecánicos, por tal razón las diferentes áreas internas serán distribuidas, con el objetivo de optimizar espacio y efectivizar el servicio.

La empresa se enfoca inicialmente a brindar servicios de diversión para los niños al aire libre como:

- Canchas de fútbol con césped natural.
- Canchas de básquet.
- Piscina de bolas para los niños más pequeños.
- Un pequeño rincón mágico con columpios, toboganes, inflables, juegos varios como futbolines y pinball.

Además de los servicios que incluyen la organización de la fiesta, y posteriormente conforme incrementa el posicionamiento en el mercado se ampliará la oferta de servicio a otras ramas como una pequeña sala de cine infantil y piscina.

2.1 Misión

Brindar servicios de organización de fiestas infantiles, dirigido al sector urbano de la ciudad de Machala, ofreciendo a los clientes consumidores del servicio: calidad, eficiencia y profesionalismo para la satisfacción de ellos, fortaleciendo de esta manera el crecimiento constante de la empresa.

2.2 Visión

Lograr un posicionamiento local y provincial, convirtiéndonos en una empresa líder en la oferta de servicios innovadores para la diversión infantil, que brinde confort y satisfacción con un costo acorde a los requerimientos del cliente.

2.3 Objetivos

2.3.1 Objetivo General

Brindar un servicio novedoso y original al mercado meta, para alcanzar un nivel de posicionamiento alto en el transcurso de un año.

2.3.2 Objetivos Específicos

- Implementar nuevas zonas de recreación dentro del establecimiento, con el fin de ofertar varios servicios y de esta manera satisfacer a nuestros clientes, acorde a las exigencias del medio.
- Empezar una estrategia de marketing continua para mantener el nivel de ventas del servicio según las expectativas de la empresa.

2.4 Organización

Magic Park es una empresa que se caracteriza por el cumplimiento de las disposiciones legales y tributarias que se rigen en el país, para iniciar el funcionamiento de las diversas actividades, actuando

como representante legal la señorita Patricia Pacheco Zerda.

Su estructura organizacional es en función de departamentos, la misma que se detalla a continuación:

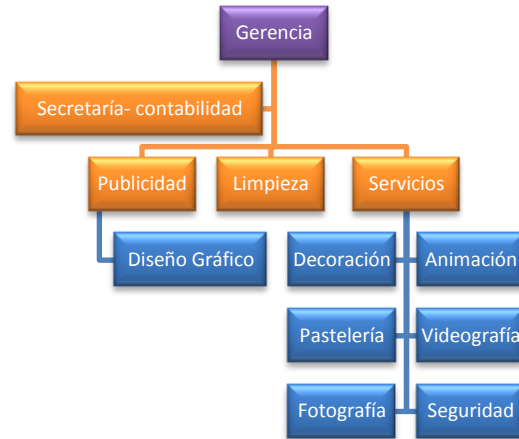


Figura No 1. Organigrama de la Empresa

Áreas Departamentales de la empresa

Gerencia

El objetivo de esta área es brindar el direccionamiento administrativo, operativo, logístico para el funcionamiento de la empresa, estando a su cargo un gerente general.

Secretaría – Contabilidad

El objetivo es brindar asistencia a la gerencia, para coordinar y controlar los recursos económicos de la empresa. Deberá un contador público autorizado.

Publicidad

En este departamento los diseñadores gráficos son los encargados de llevar a cabo la estrategia de marketing del negocio, cumpliendo con los objetivos y metas establecidas dentro del mismo, encargándose de la cuenta de clientes y realizar los respectivos contactos. Además llevar a cabo la publicidad de la empresa y de elaborar la tarjetería de cada fiesta.

Servicio

El objetivo principal de este departamento es brindar con eficiencia y eficacia cada una de las actividades que se realicen en las fiestas infantiles, el cual estará bajo la dirección de un coordinador de eventos, quién se encargará de los contratos de los distintos servicios, optimizando el recurso y los materiales utilizados en las diversas áreas.

Limpieza

En esta área el jefe de mantenimiento coordinará las diversas actividades para conservar los bienes muebles e inmuebles de la empresa, brindando un mantenimiento constante, con el fin de tener una buena imagen de la empresa.

2.5 Imagen de la Empresa

La empresa se basará en los siguientes esquemas para su imagen.

El logo estará representado de la siguiente manera:



Figura No. 2 Logo de la empresa

Icono tipo:

Castillo en color mostaza para connotarnos el tipo de magia que pueden vivir los niños en sus eventos.

Logotipo:

Magic Park, el nombre de la empresa en fuente: Cheddar Salad BTN

Eslogan:

“Fiestas totalmente mágicas”

2.6 Posicionamiento

El posicionamiento de la empresa Magic Park, estará basado en:

- Características principales del servicio: fiestas originales y juegos infantiles novedosos.
- Beneficio que reporta: integración familiar.

Con esto la empresa busca alcanzar una alta aceptación en el grupo objetivo y posicionar una imagen moderna y cómoda.

3. El Servicio

3.1 Descripción

Magic Park, brinda un servicio de organización de fiestas infantiles, que incluye la organización total o parcial de los eventos, de acuerdo a los requerimientos del cliente, y también las instalaciones totalmente adecuadas con áreas verdes, canchas y un pequeño parque de diversiones.

3.2 Ventajas

Al ofertar un servicio que garantiza calidad y logra la satisfacción del cliente, se podrían mencionar las siguientes ventajas:

- Al no tener competidores que saturen el medio, logrará un posicionamiento con mayor facilidad.
- Considerando que brinda un servicio innovador, se incrementaría el número de ventas del servicio.
- Al encontrarse ubicado en una zona céntrica de la ciudad, se facilita el acceso de posibles clientes.

3.3 Competidores

Según investigaciones respectivas, Magic Park ha determinado a Celebración Place y Centro De Aventura Infantil Kids, como sus competidores directos, a pesar que en el mercado no son muy conocidos y las referencias de aquellos que si tienen conocimiento no son muy satisfactorias, debido a sus precios, servicios y ubicación.

En Machala no hay saturación de establecimientos públicos como KFC que podrían considerarse como competidores, ya que ellos brindan este tipo de servicios y en otras ciudades tienen mucha demanda.

Pero existen algunos lugares que también brindan este tipo de servicio en sus instalaciones como por ejemplo restaurantes y heladerías: Ice Cream y Zona Refrescante, que ofertan sus productos conjuntamente con el servicio de la organización de las fiestas, que cubren cierta parte del mercado, y tomando en cuenta también a ciertas empresas de decoración que al ofertar este servicio incluyen juegos para la diversión de los niños que son trasladados al lugar donde se realizan las fiestas.

4. Los Clientes

4.1 Grupo Objetivo

Datos Geográficos

Provincia: EL Oro

Ciudad y cantón: Machala

Población: Nuestro mercado objetivo económicamente activo consta de 63,454 habitantes aproximadamente entre hombres y mujeres.

Datos Demográficos

Género:

Femenino y masculino

Nivel Socio económico:

Media, media alta

Datos Psicológicos:

Personalidad:

Nuestro negocio se enfocará en la población de la Ciudad de Machala, que gusten de realizar eventos de calidad para sus fiestas y sobretodo que gusten de pasar un momento ameno con sus hijos y familiares.

4.2 Mercado de la empresa

El mercado de la empresa Magic Park está segmentado en: mercado total, potencial, objetivo y meta, detallado en la tabla a continuación.

Tabla No. 1 Segmentación de mercado

MERCADO TOTAL	MERCADO POTENCIAL	MERCADO OBJETIVO	MERCADO META
261,551	245,791	63,454	3,173
Población total de la ciudad de Machala	Población urbana de la ciudad de Machala.	Población urbana, nivel socioeconómico medio y medio alto de la ciudad de Machala.	5% Población urbana, nivel socioeconómico medio y medio alto de la ciudad de Machala.

Fuente: Los autores

4.3 Tamaño de mercado

La población de la ciudad de Machala de acuerdo a estudios realizados por el INEC en proyecciones, es de 261,551 habitantes, que representa el 41,4 % del total de la Provincia del El Oro. El cual ha crecido en el último período intercensal, a un ritmo del 2,9 % promedio anual.

El 6,0 % de su población reside en el Área Rural que es 15,760 habitantes, y el Área Urbana es de 245,791 habitantes.

El cantón se caracteriza por ser una población joven, ya que el 42,5 % son menores de 20 años.

Los datos que se arrojan según la población económicamente activa de la ciudad también son tomados en cuenta por la empresa para determinar su mercado, ya que a partir de esta información se podrá obtener el nivel socioeconómico de la población y establecer el tamaño real del mercado.

4.4 Análisis del Sector

4.4.1 Localización

La empresa Magic Park se encontrará ubicada en la ciudad de Machala cantón del mismo nombre, en la provincia de El Oro al sur de la costa Ecuatoriana.

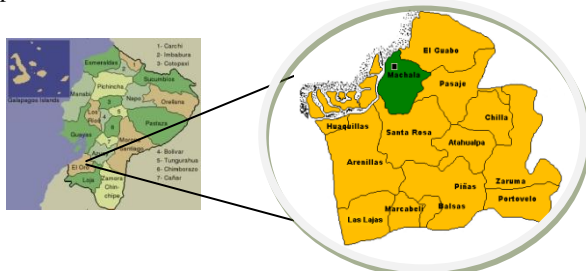


Figura No 3. Provincia El Oro

El cantón Machala está ubicado al noroeste de la provincia de El Oro, tiene una extensión de 349 Km²; cuenta con 6 parroquias:

- 3 urbanas: La Providencia, Jambelí, Puerto Bolívar y 9 de Mayo.
- 3 rurales: El Cambio, La Unión y El Retiro.

Límites del Cantón Machala

Norte Cantón EL Guabo

Sur Cantón Santa Rosa

Este Cantones Pasaje y Santa Rosa

Oeste Océano Pacífico

Descripción del sector económico de Machala

La ciudad de Machala, cuenta con dos sectores que predominan la economía, el primero de ellos es el sector económico primario.

Cuyas principales fuentes de ingreso agrupan actividades provenientes de:

- Agricultura (Banano, Cacao)
- Acuicultura (Camaronera)
- Turismo en menor cantidad.

Mientras que en el sector económico secundario, las principales fuentes de ingresos provienen del:

- Sector público
- Comercial
- Industrial
- Construcción
- Empresarial.

En conclusión Machala es una ciudad en constante avance cultural y económico y dentro de este entorno, se propone ubicar la empresa de organización de fiestas infantiles Magic Park

4.5 Plan de Contingencia

La empresa invertirá en infraestructura y activos destinados para fiestas, es por esto que determina el siguiente plan de contingencia:

Ofrecer a escuelas e instituciones educativas, las locaciones y ciertos servicios como alimentación, para eventos como integraciones familiares, jornadas deportivas, convivencias, o para cualquier ocasión que se presente.

5. Condiciones de Servicio

5.1 Micro-localización

La ubicación de la empresa se establece en la Avenida Las Palmeras entre Marcel Laneado y décima norte del Cantón Machala provincia de El Oro como se muestra en la siguiente ilustración.

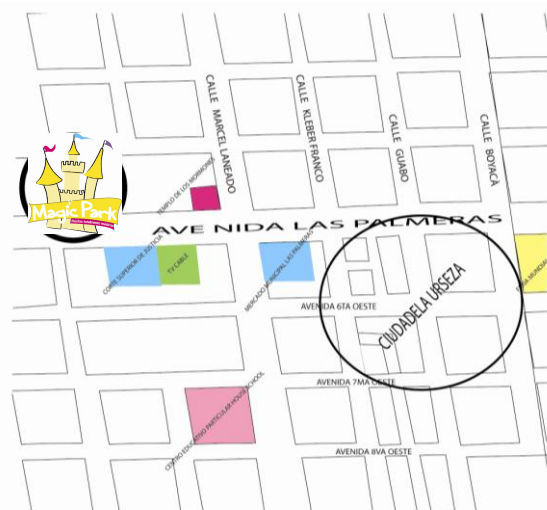


Figura No. 4 Croquis de ubicación de la Empresa

5.2 Manejo de Desperdicios



Figura No 5 Recicladores

La empresa Margic Park, llevará un control de desperdicios sólidos con una campaña de reciclaje, que impulsará a los niños a tomar conciencia de la importancia de reciclar en estos días, al igual que los desechos orgánicos expedidos por la empresa, que serán almacenados de manera segura e higiénica.

De esta manera aportará al aseo público de la ciudad y a preservar el medio ambiente.

5.3 Situación Laboral de la localidad

El mercado laboral de Machala entre abril y septiembre de este año ha experimentado variaciones en los índices de la población económicamente activa (PEA).

Por lo general la población se desempeña en diferentes áreas laborales como la agricultura y la acuicultura, pero en la actualidad las actividades empresariales y comerciales han aumentado, y se han convertido en la mayor fuente de empleo e ingresos para la ciudad.

Según informe del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos –INEC–, se señala que hubo un aumento de 1.037 individuos en la cantidad que conforman la PEA entre el segundo y el tercer trimestre de 2009 en la capital orense.

En efecto, el reporte del INEC indica que durante el segundo trimestre (abril-junio) la PEA de Machala fue de 123.438 personas, mientras que en el tercer trimestre (julio-septiembre) el número fue de 124.475 personas.

Al tomar como mercado meta la población económicamente activa del sector urbano de la ciudad de Machala, podemos darnos cuenta que las cifras arrojadas por el INEC, son convenientes para la empresa, tanto para su ingreso al mercado y posicionamiento.

5.4 Área Requerida

Para el funcionamiento de la empresa, se realizaron estudios de áreas que se requieren para el correcto funcionamiento, como:

- Área de recreación 10 x 13m.

- Canchas de fútbol y básquet 11 x 11m.
- Local 12 x 7m.
- Oficina 4 x 3m.
- Estacionamiento 20 x 4m

5.5 Distribución de planta

La distribución en planta implica la ordenación de espacios necesarios para movimiento de material, almacenamiento, equipos, administración, servicios para el personal, etc.

Por ende, en la siguiente ilustración se muestra la distribución de los departamentos y equipos de la empresa.



Figura No. 6 Vista Aérea del terreno.

5.6 Plan de de venta

El servicio se ofrecerá de manera directa a los clientes, quienes tendrán que firmar un contrato en donde especifiquen los servicios que desean abarcar en sus eventos, y dependiendo del monto total, se cancelará el 50% por adelantado, esta fase de la negociación estará en manos de la secretaria-contadora, quién llevará la cartera de clientes y se encargará de detectar las necesidades de los mismos.

Tanto los servicios como, los productos que se ofrecerán en los eventos, deberán tener la aprobación previa y control de calidad, y de esta manera brindar total satisfacción al cliente y la optimización de los recursos. Para comodidad de la empresa se vio conveniente crear 5 planes de venta:

5.7 Políticas de inventario

La empresa establece las siguientes políticas de inventario:

- Con respecto a los costos de inversión como juegos de recreación, juguetes, sillas, mesas, etc., la empresa no podrá realizar una nueva compra durante los tres primeros años, en caso de presentarse algún desperfecto deberá ser remplazado con una nueva adquisición para seguir ofreciendo el servicio requerido.
- La compra de materia prima para los productos no elaborados, solo se realizará basándose en los requerimientos del evento, es decir, será renovada semanalmente.
- No se podrá incrementar nuevos servicios que requieran de infraestructura adicional, durante el primer año, para de esta manera evitar que el capital de la empresa se vea afectado.

6 Análisis Financiero

6.1 Aportaciones de los socios

El presente estudio tiene como fin conocer la factibilidad del proyecto para lo cual se determinó la inversión inicial, los ingresos y egresos, entre otros cálculos, obteniendo la utilidad del período. Dicho estudio ha sido proyectado a cinco años con la finalidad de analizar las variaciones que presentan durante este plazo.

Se determinó que los requerimientos en cuanto a infraestructura en instalaciones equivalen a un monto de **110.601,00**. Para poder calcular el monto total de la inversión se necesita conocer cual es el valor de todos los activos fijos intangibles que representan todos los gastos para poner en marcha el negocio, que tienen un monto de **1.850,00**. El capital de trabajo se encuentra dado por el dinero que la empresa debe contar por los 6 primeros meses mínimos hasta recupera la inversión y que tiene un monto de **54,707**.

Habiendo calculado estos tres montos de dinero procedemos a calcular el valor de la inversión total del negocio, que a continuación se encuentra detallado en la tabla:

Tabla No. 2
Inversión anual
Resumen de las inversiones

DESCRIPCION	VALOR \$
Activos fijos	110,601
Activos diferidos	1,850
Capital de trabajo (operación)	54,707
Total	167,158

La empresa determinó, que de este total de inversión la aportación de los socios representaría el 48% de la

inversión total que equivale a **80.000,00**, repartido de la siguiente manera entre los 3 socios que conforman la empresa. A continuación se desglosa el aporte de cada uno de los socios:

Tabla No. 3
Aportación de los socios

Socios	%	US \$
Socio 1	40	27.000,00
Socio 2	30	26.500,00
Socio 3	30	26.500,00
TOTAL	100%	80.000,00

Tabla 2. Aportaciones de los Socios.

Total de la inversión \$	167,158	100%
Aporte de los socios \$	80,000	48%
Financiamiento \$	87,158	52%

Tabla No. 4
Presupuesto de Ingresos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1					AÑO 2				
	P.V.P	Via X semana	Via X mes	Via x año	Total	P.V.P	Via X semana	Via X mes	Via x año	Total
Plan I	2,000	1	1	12	24000	2100	1	1	12	25200
Plan II	1,800	1	1	12	21600	1890	1	1	12	22680
Plan III	1500	1	1	12	18000	1575	1	2	24	37800
Plan IV	1300	0	0	0	0	1365	1	1	12	16380
Plan V	1000	1	1	12	12000	1050	1	1	12	12600
TOTAL ANUAL			4	48	75600			6	72	114660

DESCRIPCIÓN	AÑO 3					AÑO 4				
	P.V.P	Via X semana	Via X mes	Via x año	Total	P.V.P	Via X semana	Via X mes	Via x año	Total
Plan I	2205	1	2	24	52920	2315	1	2	24	55566
Plan II	1985	1	2	24	47628	2084	1	2	24	50009
Plan III	1654	1	2	24	39690	1736	1	2	24	41675
Plan IV	1433	1	1	12	17199	1505	1	2	24	36118
Plan V	1103	1	2	24	26460	1158	1	2	24	27783
TOTAL ANUAL			9	108	183897			10	120	211151

DESCRIPCIÓN	AÑO 5				
	P.V.P	Via X semana	Via X mes	Via x año	Total
Plan I	2431	1	2	24	58344
Plan II	2188	1	2	24	52510
Plan III	1823	1	3	36	65637
Plan IV	1580	1	2	24	37924
Plan V	1216	1	3	36	43758
TOTAL ANUAL			12	144	258174

7 Conclusiones

Una vez presentado el informe de tesis se determina las siguientes conclusiones:

- Con la investigación de mercado, de acuerdo a las encuestas realizadas se determina, que la población tiene gran interés en la realización de fiestas infantiles, pero lamentablemente el medio no brinda información de servicios que satisfagan totalmente sus necesidades, por ende al ingresar Magic Park como una empresa nueva, con una buena campaña de comunicación masiva se puede alcanzar un posicionamiento alto en poco tiempo, teniendo claro que nuestro grupo objetivo es toda la población económicamente activa de Machala, de clase media y media alta.
- Según el estudio de factibilidad del proyecto se pudo determinar que es un proyecto viable, ya que la inversión se la recupera en un lapso de tiempo prudente y los ingresos son aceptables.

8 Bibliografía

[1] Rodrigo Murillo Carrión

- 1) García Emilia y Pérez Jesús. Desarrollo Físico y Psicológico del niño.
- 2) Lucas Luis. El Juego y Aprendizaje Motriz, revista la familia del Diario El Universo, Domingo 13 de Enero 2008
- 3) BETTER KID CARE PROGRAM, Aprendiendo por medio del juego. www.betterkidcare.psu.edu.
- 4) RECREATIVOS EN LOS JUEGOS INFANTILES EN LOS PARQUES DE PEREIRA, Gerardo Tamayo Buitrago. www.funlibre.edu.col

