



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**MODALIDAD DISTANCIA**

**TEMA**

**DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA  
EMPRESA DEDICADA A LA ANIMACION DE FIESTAS INFANTILES EN  
AMBIENTE CAMPESTRE E INTERACCION CON ANIMALES EN LA CIUDAD  
DE QUITO, PARA EL AÑO 2016**

**Proyecto previo a la obtención del título en Ingeniería Comercial**

**AUTORA: ADRIANA ELIZABETH VASCONEZ CASTRO**

**QUITO – ECUADOR**

**2016**

## **DECLARACIÓN**

**Yo, Adriana Elizabeth Vásquez Castro, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y, que se ha consultado la bibliografía detallada.**

**Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, sin restricción de ningún género o especial**



**Firma**

## **DEDICATORIA**

El desarrollo de este proyecto es dedicado a Dios por haberme dado la fortaleza y sabiduría para culminar este ciclo tan importante en mi vida.

A mi amado esposo Lenin e hijos Martin y Benjamín por su paciencia y cariño, a mis padres queridos Franklin y María Augusta por el apoyo incondicional durante toda mi vida.

## **AGRADECIMIENTOS**

*Agradezco a Dios por ser quien ha cuidado de mí en todo tiempo.*

*A mi querida Universidad Internacional del Ecuador, por abrirme sus puertas para lograr a través de ella mi formación profesional.*

*Al Ingeniero Patricio Villacres docente de la universidad por su apoyo desinteresado en el desarrollo de este proyecto y por saber compartir sus experiencias y conocimientos, para lograr un desarrollo integro de este proyecto.*

## **RESUMEN**

Los servicios de animación de fiestas infantiles buscan ofrecer diversidad de estilos de fiestas para niños y niñas de diferentes edades, es importante conocer que este tipo de servicio puede ejecutarse en un local propio o a domicilio.

Actualmente son pocas las empresas que cuentan con instalaciones propias y la capacidad de innovar al ritmo del avance de la tecnología mundial.

En la ciudad de Quito el 90% de las empresas de servicios infantiles realizan sus servicios a domicilio, dificultando o limitando sus servicios, por la falta de recursos y financiamiento.

Nuestra empresa pretende ofrecer un local amplio adecuado para ofrecer este tipo de servicios, brindando comodidad, diversión y entretenimiento para nuestros clientes y sus familias.

Este servicio es factible ofrecer en la ciudad de Quito en el sector Norte de la ciudad en la parroquia de San Isidro del Inca, debido a que en el sector Norte de la ciudad no existen locales adecuados para este tipo de servicio.

El sector seleccionado tiene ventaja, al ser una zona comercial que cuenta con todos los servicios públicos y básicos y gran concurrencia de visitantes a la zona.

Nuestra empresa ofrece un estilo diferenciado del servicio, al brindar un local adecuado al estilo campestre donde la naturaleza y la interacción con animales domésticos ubicados en nuestra mini granja brindaran un tiempo de calidad y diversión a los más pequeñitos del hogar, fomentando en ellos, la importancia del medio ambiente y sobre todo el cuidado de la naturaleza y animales.

## **ABSTRACT**

This dissertation thesis is focused on the development of a business plan; which main purpose is to offer a diversity of party styles for children of all ages. It is important to point out that this type of service can be run at home or in a rented place.

At present, there are few companies that have their own facilities and capacity to innovate at the same pace of global technology. In the city of Quito 90% of companies, conduct their children's services at home of its customers, hindering or limiting their services by lack of resources and funding.

Our company aims to provide a suitable place to provide this type of service, offering comfort, fun and entertainment for our customers and their families.

This service is feasible to be offered in the city of Quito, at the North of the city in the parish of San Isidro del Inca, since in the northern sector of the city there are no suitable facilities for this type of service. The selected zone has a competitive advantage, since the facilities are located in an area with utilities services and it is a crowded area for visitors.

Our company offers a distinctive style of services by providing a farm style where the children can interact with pets located in our mini farm. This provide quality time and fun for the little ones at home, encouraging them about the importance of environment and especially the care of nature and animals.

# INDICE GENERAL

DECLARACIÓN.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
INDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
CAPÍTULO 1.....	1
ANÁLISIS DEL MEDIO.....	1
1.OBJETIVOS.....	1
1.1. OBJETIVO GENERAL.....	1
1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	1
1.3 JUSTIFICACION DE LA IDEA DEL NEGOCIO.....	1
1.4 ANALISIS DEL MEDIO.....	3
1.4.1 ANALISIS DEL NIVEL INTERNACIONAL.....	3
1.4.2 DIAGNOSTICO DEL NIVEL NACIONAL.....	4
1.4.3 DIAGNOSTICO DEL NIVEL LOCAL.....	4
1.5 CONCEPTO DEL NEGOCIO.....	5
1.5.1 DISEÑO DEL PRODUCTO / SERVICIO:.....	6
1.5.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO:.....	7
1.6 IDEA A DEFENDER.....	9
CAPÍTULO 2.....	10
INVESTIGACION DE MERCADO.....	10

2.1 Análisis de los Principales Actores en el Mercado del Negocio.....	10
2.1.1 Situación del entorno económico.....	10
2.1.2 Proveedores:.....	10
2.1.3 Competidores .....	12
2.1.3 Distribuidores.....	15
2.2 Consumidores:.....	15
2.3 Análisis Cualitativo Respecto a la Aceptación del Servicio .....	17
2.4 Análisis FODA.....	18
2.5 Análisis DAFO o Matriz Cruzada.....	19
2.6. Análisis Cuantitativo. Proyección Estimada de la Demanda .....	20
2.8. Cálculo Estimado de Ventas. Flujo de Ingresos Proyectado.....	23
2.8.1 Cálculo de la Población y Muestra para la ejecución de encuestas de aceptación del servicio .....	23
2.8.2 Resultados de Aplicación de Encuestas de Aceptación del Mercado.....	24
CAPÍTULO 3.....	31
PLAN DE MARKETING.....	31
3.1. Establecimiento de los objetivos .....	31
3.2. Criterios de Marketing Digital aplicación al negocio .....	31
3.3. Formulación de estrategias.....	32
3.4. Aplicaciones del Marketing Mix.....	36
3.4.1 Producto/ Servicio .....	36
3.4.2 Precio.....	36
3.4.3 Plaza .....	37
3.4.4 Promoción .....	37
3.4.6 Indicadores de fuentes de Ventaja Competitiva.....	42
CAPÍTULO 4.....	43

ESTUDIO TÉCNICO .....	43
4.1. Tamaño del Proyecto.....	43
Fuente: Investigación Propia.....	45
4.2. Localización .....	45
4.1.1 Micro Localización .....	46
4.3. Ingeniería y/o concepción arquitectónica del negocio .....	47
4.4. Descripción de la tecnología del negocio y su nivel de acceso.....	51
4.5. Diagrama de Flujo del proceso de servicio de eventos infantiles .....	54
CAPÍTULO 5.....	55
MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL .....	55
5.1. Diseño Organizacional: Estructura y descripción funcional .....	55
5.2 Diseño de perfiles profesionales del personal de la Organización.....	58
5.3 Gerencia de Recursos Humanos, Análisis de subsistemas, políticas de selección, contratación, capacitación, remuneración, Evaluación de Desempeño .....	65
5.4 Análisis del marco normativo .....	70
CAPÍTULO 6.....	79
DETERMINACIÓN DE COSTOS .....	79
6.1. Costos de Inversión .....	79
□ Gastos servicios básicos.....	82
CAPÍTULO 7.....	89
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO .....	89
a) Cálculo y Determinación de la tasa de descuento del proyecto .....	89
b) Cálculo de Indicadores de Rentabilidad (VAN, TIR, Período de Recuperación) .....	89
c) Análisis de Sensibilidad .....	90
d) Balances del Proyecto .....	92
Recomendaciones y Conclusiones al Plan de Negocio.....	96

ANEXOS .....97

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: POBLACIÓN PARROQUIA SAN ISIDRO DEL INCA.....	20
TABLA 2: NÚMERO DE HOGARES POR ZONA “SAN ISIDRO DEL INCA” .....	21
TABLA 3: # CLIENTES POTENCIALES (NIÑOS PARROQUIA SAN ISIDRO DEL INCA) .....	21
TABLA 4: DEMANDA REAL (NIÑOS SAN ISIDRO DEL INCA) .....	22
TABLA 5: DEMANDA EFECTIVA A SER CAPTADA .....	22
TABLA 6: ADQUISICIÓN DEL SERVICIO.....	24
TABLA 7: DISPOSICIÓN DE PAGO .....	25
TABLA 8: FORMA DE PAGO.....	26
TABLA 9: MEDIOS PUBLICITARIOS.....	27
TABLA 10: SERVICIOS ADICIONALES.....	28
TABLA 11: ASPECTOS DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO.....	30
TABLA 12: MATRIZ COMPARATIVA CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	33
TABLA 13: COMPARATIVO DE PRECIOS .....	37
TABLA 14: CAPACIDAD INSTALADA EVENTOS.....	44
TABLA 15: CAPACIDAD OCUPADA EVENTOS .....	44
• TABLA 16: KIT CUMPLEAÑERO .....	44
• TABLA 17: KIT INVITADO.....	45
TABLA 18: MATRIZ DE VALORACIÓN POR PUNTOS PARA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO .....	46
TABLA 19: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA .....	48
TABLA 20: EQUIPO, MAQUINARIA, Y DEMÁS INSTRUMENTOS PARA PUESTA EN MARCHA DEL SERVICIO .....	51
TABLA 21: PERFIL GERENTE GENERAL.....	58
TABLA 22: PERFIL DE SECRETARIA- AUXILIAR CONTABLE.....	59
TABLA 23: PERFIL DE TÉCNICO Y MANTENIMIENTO .....	60
TABLA 24: PERFIL DE ASESORES EN VENTAS .....	61
TABLA 25: PERFIL DEL CHOFER .....	62
TABLA 26: PERFIL DE ASESORES DEL EVENTO.....	63

TABLA 27: PERFIL PARTICIPANTES EVENTO .....	64
TABLA 28: REGULACIONES DEL NEGOCIO.....	76
TABLA 29: PERMISOS SRI .....	76
TABLA 30: PAGOS IESS.....	77
TABLA 31: COSTOS DE INVERSIÓN.....	79
TABLA 32: COSTOS DETALLADOS DE INVERSIÓN .....	80
TABLA 33: CAPITAL DE TRABAJO AÑO 1 .....	81
TABLA 34: SUELDOS TRABAJADORES PROYECTADOS AL AÑO 5.....	82
TABLA 35: GASTOS SERVICIOS BÁSICOS AÑO 0 .....	82
TABLA 36: PROYECCIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS AL AÑO 5.....	83
TABLA 37: DETALLE SUMINISTROS DE OFICINA .....	83
TABLA 38: PROYECCIÓN SUMINISTROS DE OFICINA AL AÑO 5 .....	84
TABLA 39: DETALLE SUMINISTROS DE LIMPIEZA .....	84
TABLA 40: PROYECCIÓN SUMINISTROS DE LIMPIEZA AL AÑO 5.....	84
TABLA 41: DETALLE PUBLICIDAD Y PROYECCIÓN COMPARATIVA AL AÑO 5 ..85	
TABLA 42: GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	85
TABLA 43: COSTOS DE SERVICIOS Y VENTAS COMPARATIVO HASTA EL AÑO 5 .....	86
TABLA 44: GASTOS DE GENERACIÓN DE SERVICIO, ADMINISTRATIVOS Y VENTAS (COSTOS FIJOS Y VARIABLES) AL AÑO 5.....	86
TABLA 45: CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	87
TABLA 46: TMAR SIMPLE Y MIXTA .....	89
TABLA 47: VAN .....	89
TABLA 48: TIR.....	90
TABLA 49: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	91
TABLA 50: BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL .....	92
TABLA 51: BALANCE DE RESULTADOS.....	93
TABLA 52: FLUJO DE CAJA.....	94

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: ÁREA CAMPESTRE .....	7
GRÁFICO 2: ÁREA DE JUEGOS INFLABLES .....	8
GRÁFICO 3: ZONA GRANJERA.....	8
GRÁFICO 4: CADENA DE VALOR .....	15
GRÁFICO 5: ADQUISICIÓN DEL SERVICIO .....	24
GRÁFICO 6: DISPOSICIÓN DE PAGO.....	25
GRÁFICO 7: FORMA DE PAGO .....	26
GRÁFICO 8: MEDIOS PUBLICITARIOS.....	27
GRÁFICO 9: SERVICIOS ADICIONALES .....	29
GRÁFICO 10: ASPECTOS DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIO.....	30
GRÁFICO 11: CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	34
GRÁFICO 12: PÁGINA EN FACEBOOK.....	38
GRÁFICO 13: PÁGINA WEB.....	38
GRÁFICO 14: MATERIAL POP.....	39
GRÁFICO 15: TARJETAS DE PRESENTACIÓN .....	40
GRÁFICO 16: BROCHURE INSTITUCIONAL .....	40
GRÁFICO 17: DOCUMENTOS COMERCIALES.....	40
GRÁFICO 18: MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	45
GRÁFICO 19: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA ÁREA ADMINISTRATIVA.....	50
GRÁFICO 20: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA ÁREA DE SERVICIOS .....	50
GRÁFICO 21: PUNTO DE EQUILIBRIO .....	88

# **CAPÍTULO 1**

## **ANÁLISIS DEL MEDIO**

### **1.OBJETIVOS**

#### **1.1. OBJETIVO GENERAL**

Realizar el estudio de un plan de negocios para la creación de una microempresa “Servicios de animación y fiestas infantiles”, **UBICADO EN EL CANTON QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA**, para ofrecer un servicio completo y de excelencia a las familias de la ciudad de Quito que buscan un tiempo de distracción y entretenimiento en familia junto a la naturaleza.

#### **1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- 1.2.1 Realizar un estudio de mercado de factibilidad para crear un local de servicios de animación de fiestas infantiles, utilizando técnicas de investigación.
- 1.2.2 Realizar un análisis de la rentabilidad y sostenibilidad de la creación de la empresa.
- 1.2.3 Realizar una investigación legal de los permisos y reglamentos necesarios para la creación de un local de servicios de fiestas infantiles.
- 1.2.4 Realizar un estudio de los costos para el servicio.
- 1.2.5 Realizar un plan de mercadeo para promocionar el nuevo local y cuál será su diferenciación.
- 1.2.6 Realizar un estudio de localización y tamaño del proyecto.
- 1.2.7 Informar a la gente los beneficios y variedades de este tipo de servicio.

#### **1.3 JUSTIFICACION DE LA IDEA DEL NEGOCIO**

Los servicios de entretenimiento infantil en nuestro país han ido evolucionando con el pasar del tiempo.

Podemos recordar que desde siempre hemos tenido conocimiento de los servicios que brindan los recreadores infantiles con su repertorio ya conocido y popular.

A pesar de ello no ha dejado de ser un servicio limitado por la falta de recursos e innovaciones para ofrecer un servicio diferente a sus clientes.

Las principales ciudades de nuestro país, al ser ciudades grandes y en vías de desarrollo han logrado ser parte del crecimiento e innovación en este tipo de negocio.

La ciudad de Guayaquil se caracteriza por ser una ciudad de comercio, creativa y gente de negocios, donde podemos encontrar una zona específica dedicada al servicio de fiestas infantiles.

En la ciudad de Quito, a pesar de ser la principal ciudad del país, los servicios de animación de fiestas infantiles son escasos en cuanto a empresas consolidadas con servicios completos. Podemos encontrar servicios a domicilio pero con una opción muy limitada en cuanto a variedad.

Los cambios de roles en las familias, la búsqueda de mejores fuentes de ingresos familiares, son uno de los factores que han provocado que en los hogares tanto padre y madre se vean forzados a buscar plazas de trabajo con el fin de sustentar sus necesidades básicas y económicas.

Debido a esto los padres disponen de menos tiempo de calidad con sus hijos, cada vez es menos el número de horas que las familias disponen para compartir un tiempo de diversión y cariño.

Debido a esto la finalidad de crear una empresa de servicios de animación de fiestas infantiles es ofrecer un espacio agradable donde las familias pueden reunirse a celebrar una fecha especial con sus seres queridos y amigos.

La falta de tiempo y experiencia en la organización de este tipo de eventos por parte de las personas, son uno de los motivos por los cuales la empresa pretende ofrecer un servicio completo de animación infantil, tanto en nuestras instalaciones como en el servicio a domicilio opcional.

Existen pocas opciones de este tipo de servicio con local de eventos, y su ubicación en las afueras de la ciudad es un factor que limita a las personas interesadas acceder a este servicio.

Otras opciones similares que podemos encontrar son los servicios de recreación infantil que ofrecen como servicios adicionales las cadenas de restaurantes reconocidas como Mc Donals, KFC, Ch Farina, sin embargo el espacio que las empresas dedican a este servicio es muy limitado y a un precio alto, adicionalmente no se obtiene la privacidad que se espera al momento de realizar un evento familiar.

Buscar la privacidad para las familias a la hora de celebrar un evento tan importante, es nuestra prioridad, otorgar un espacio para la integración y unión familiar, a través de los servicios de entretenimiento que nuestra empresa ofrece con el mejor personal capacitado para el trabajo con niños y adultos, son uno de los motivos por los que la creación de una microempresa de servicios de animación y fiestas infantiles en la ciudad de Quito es indispensable para suplir todos estos factores que deben ser satisfechos en el corazón de las familias de la ciudad de Quito.

## **1.4 ANALISIS DEL MEDIO**

### **1.4.1 ANALISIS DEL NIVEL INTERNACIONAL**

El servicio de fiestas infantiles es un estilo de trabajo que se puede adaptar a diversas condiciones climáticas, culturas y costumbres.

En diversas regiones o estados de Latinoamérica, este tipo de servicio ha tomado gran acogida cuando se trata de quien es el mejor en ofrecer innovación y el valor diferenciador en los servicios de entretenimiento infantil.

La empresa Maloka, ubicada en la ciudad de Bogotá-Colombia, es reconocida por su innovación y estilo muy peculiar de entretenimiento a los niños, ofreciendo adicionalmente el servicio de animación de fiestas infantiles dentro de sus innovadoras y divertidas instalaciones, cuyo objetivo es ofrecer diversión con aprendizaje.

Según la guía turística de Bogotá:

Maloka es un centro interactivo en donde se conjugan la ciencia y la tecnología en un solo punto para dar una de las mejores experiencias al visitante; este centro interactivo abrió sus puertas el 6 de agosto de 1998 gracias a los esfuerzos de la

Asociación Colombiana para el Avance de la Ciencia (A.C.A.C.); esta asociación reunió a varios especialistas en diferentes temas de tecnología y ciencia, así como diseñadores y creativos para darle vida a este centro el cual es uno de los más importantes centros del saber en toda Latinoamérica.(Bogotá Travel Guide, 2015)

#### **1.4.2 DIAGNOSTICO DEL NIVEL NACIONAL**

En nuestro país el servicio de fiestas infantiles, se diferencia en cada ciudad.

La ciudad de Guayaquil es la principal ciudad que ofrece un sinnúmero de ofertas y variedades de este tipo de servicio, siendo a su vez un mercado muy competitivo, donde cada empresa busca ofrecer un plus diferenciador para ganar mercado.

Ciudades como Cuenca y Ambato, no cuentan con muchos centros de entretenimiento ni servicio infantil, la mayor concentración de este tipo de servicio se enfoca en el servicio a domicilio, limitándose en ofrecer nuevos productos y servicios.

Según el diario el universo en la publicación de un artículo de noticias, indica que en la ciudad de Guayaquil, el sector la Garzota es el lugar ideal para las fiestas infantiles. Esta calle es conocida por albergar este tipo de negocios que se dedican al entretenimiento infantil. Desde la intersección con la avenida Eloy Velásquez hasta la avenida Isidro Ayora se ubican siete parques infantiles.

Según testimonios de personas los diversos locales ofrecen la variedad necesaria para las diversas edades y gustos.

“Los costos de las fiestas varían desde los \$300 a \$1500. (El Universo, 2012)

#### **1.4.3 DIAGNOSTICO DEL NIVEL LOCAL**

En la ciudad de Quito, el 95% de empresas constituidas con este tipo de servicio, ofrecen su paquetes y servicios a domicilio, la mayoría ubicándose como microempresas o empresas familiares empíricas, siendo apenas un 5% empresas que cuentan con local propio ofreciendo instalaciones adecuadas para ofrecer sus servicios.

Empresas reconocidas ubicadas en la ciudad de Quito como, Mc Donals, KFC, Ch Farina, entre otros, ofrecen en sus instalaciones una mínima área donde sus clientes pueden contratar el servicio para celebración de fiestas.

Según el diario la hora en su artículo publicado el miércoles 6 de junio de 2007, expresa que las franquicias y las microempresas compiten por el creciente mercado de las fiestas

infantiles. Tanto padres de familia como niños prefieren compartir un espacio y sólo preocuparse por la diversión.

Carolina Navas, madre de una niña de cinco años, busca un lugar para celebrar el cumpleaños de su hija. “Mi casa es muy pequeña y no quiero que quede hecha un basurero, además, es la primera vez que organizo un cumpleaños con varios invitados”, manifiesta. Ella decidió hacer el cumpleaños en uno de los locales de franquicias de un centro comercial. Navas tendrá que pagar 120 dólares por el payaso, la comida de todos los niños, las sorpresas y el alquiler del lugar.

Alexandra Valdiviezo, propietaria de La Casita Feliz, manifestó que el mercado es amplio. Las celebraciones se realizan todos los días y aumentan los fines de semana, puesto que los padres de familia no tienen que trabajar.

Valdiviezo agregó que la tendencia de realizar celebraciones fuera de casa, se debe a que las nuevas edificaciones son muy pequeñas y los padres prefieren contratar los servicios de profesionales.

Las fiestas se realizan por dos o tres horas. Durante ese tiempo, los niños se distraen, juegan, comparten y regresan a casa exhaustos.

En la ciudad de Quito los costos de estos servicios varían desde \$120 solo servicio de animación hasta \$380 en locales especializados. (Diario La Hora, 2007)

## **1.5 CONCEPTO DEL NEGOCIO**

La empresa tiene como finalidad ofrecer servicios de animación de fiestas infantiles con un estilo campestre en nuestras instalaciones, donde prevalezcan como identificadores la naturaleza y el contacto con animales.

Ofreciendo un tiempo de entretenimiento y diversión a las familias, a través del servicio de excelentes profesionales, juegos divertidos y áreas adaptadas para que exista la interacción de las personas con el medio ambiente amigable.

La empresa se caracteriza por su tecnología innovadora en los juegos de recreación, creando áreas de entrenamiento donde los niños despierten sus destrezas e interés por descubrir

nuevos mundos como la ciencia, la tecnología, y la aventura, adicionalmente el estilo general que nos permitirá sumergirnos al mundo del campestre.

Son claras las diversas causas o razones por las que las empresas ecuatorianas no logran constituirse o mantenerse en el mercado, como la falta de financiamiento y el difícil acceso a créditos o micro créditos que ofrecen las entidades bancarias.

La situación económica inestable del país, la falta de ingreso de divisas del extranjero, la caída del precio del petróleo, son algunos factores que repercuten en el poder adquisitivo de la sociedad, quienes cada vez son más exigentes y analizan el precio de los productos o servicios del mercado.

Debido a estos factores la creación de este modelo de negocio permitirá ofrecer un tiempo de recreación, distracción, y tiempo de calidad en familia en un ambiente acogedor de campo, donde se podrá experimentar las bondades que se reciben de la naturaleza como cosechar, y adquirir la propia experiencia de interactuar con animales.

#### **1.5.1 DISEÑO DEL PRODUCTO / SERVICIO:**

El ritmo acelerado de la tecnología en el mundo, el incremento de la competencia en el mercado, son factores que influyen para que la empresa busque destacarse de los demás y crear un producto o servicio diferenciado e innovador.

Actualmente el mercado de servicios infantiles en la ciudad de Quito en su gran mayoría ha destinado el giro de su negocio al servicio de animación de fiestas infantiles exclusivamente con el servicio a domicilio, limitándose a ciertos parámetros como pocos atractivos, brindando como mayor servicio un animador o recreador infantil, y servicios como alquiler de castillos inflables, limitando sus opciones de servicios.

La empresa crea nuevas opciones innovadoras como servicio completo en el local de la empresa, con las más completas instalaciones de juegos recreativos y lúdicos para niños y niñas, paquetes promocionales, áreas verdes, entre otros.

La empresa pretende brindar el servicio de animación de fiestas y eventos infantiles en la ciudad de Quito, a través de la opción ofrecida a sus clientes en las instalaciones:

### **1.5.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO:**

Un local amplio con áreas verdes y espacio donde se adaptaran juegos lúdicos y recreativos para niños de todas las edades.

Áreas específicas con diversas temáticas como:

1. Juegos lúdicos
2. Juegos recreativos
3. Zona de aventura extrema
4. Mini Discoteca – luces de neón
5. Zona de video juegos
6. Zona de la ciencia y tecnología divertida.
7. Área de snacks
8. Minie peluquería y Spa de niñas.
9. Zona granjera / interacción con la naturaleza y animales
10. Mini hipódromo



**Gráfico 1: Área campestre**

**Elaborado por: El Autor**



**Gráfico 2: Área de juegos inflables**

**Elaborado por: El Autor**



**Gráfico 3: Zona Granjera**

**Elaborado por: El Autor**

## **1.6 IDEA A DEFENDER**

Es factible implementar un negocio de servicios de eventos para fiestas infantiles para niños de 0 a 15 años, en el Distrito Metropolitano de Quito y sector de San Isidro, con un ambiente campestre y con animales domésticos ; a partir del estudio del mercado potencial, demanda real y efectiva, así como de los aspectos técnicos y de diseño e implementación con sus debidos equipamientos y recursos tecnológicos y de talento humano para poner en marcha el servicio; a su vez potencializando las cuatro variables fundamentales del marketing (precio, producto, plaza y promoción); así como la estructura organizacional, legal y administrativa que debe contener el negocio; para finalmente corroborar el mismo con la factibilidad financiera y sus indicadores a corto y mediano plazo, como es el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y balances de ingresos y costos.

## CAPÍTULO 2

### INVESTIGACION DE MERCADO

#### 2.1 Análisis de los Principales Actores en el Mercado del Negocio

##### 2.1.1 Situación del entorno económico.

Podríamos analizar entonces cual es la factibilidad de este proyecto si la sociedad está restringida de gastos innecesarios, sin embargo como podemos observar actualmente el estrés, el ajetreo de las familias, el exceso de trabajo, la obligación de que tanto hombre como mujer en las familias buscan fuentes de trabajo, disponen de muy poco tiempo para compartir con sus hijos y mucho menos para organizar un agasajo a los mismos en las fechas de sus cumpleaños, por lo que el servicio de animación y eventos infantiles que la empresa ofrece son la opción para aliviar toda preocupación sobre la organización de un evento, y a la vez ofrecer un tiempo en familia único e inolvidable.

Para poder obtener el correcto funcionamiento de las instalaciones y de cada uno de los servicios que se quiere ofrecer la empresa cuenta con los siguientes:

##### 2.1.2 Proveedores:

Los principales proveedores de la empresa son:

**DISTRIBUIDORA ECULATEX “EL PAYASITO”**, Principal distribuidor mayorista de productos como globos de varios estilos, pitos, piñatería y serpentinas a nivel nacional.



**Dirección:** Av. Pérez Guerrero 6-28 Y Bolívar A 100 Mts. Del Mercado A

**Ciudad o Municipio:** Ibarra

**Departamento, Estado o provincia:** Imbabura

**País:** Ecuador / **Teléfono:** + (593) (6) 663097

### **COSTOS**

El costo de los productos de la empresa Ecuatex en el mercado son fijos, por montos de compra mayorista y por continuidad en compra, se obtiene un 15% de descuento en sus productos

### **Condiciones de Pago.**

Las condiciones de pago se realizarán contra entrega de contado para obtener el beneficio de descuento por compras de contado

**SUPERMERCADOS TIA:** Proveedor de varios artículos para el menaje del evento como: snacks, bebidas, gaseosas, utensilios desechables como platos, vasos, servilletas



**Av. 6 de Diciembre y Av.de los Guarumos**

Quito (Pichincha)

Contacto: 02-2257693

### **COSTOS**

El costo de los productos de la empresa Tía en el mercado son fijos, por montos de compra mayorista se obtiene un mínimo descuento en precio.

### **Condiciones de Pago.**

El pago se lo realiza de dos formas: contado, efectivo, o con tarjeta de crédito.

**MEGA CENTRO GRAFICO:** Proveedor de impresiones para el servicio de personalización de fiestas temáticas.

Mega centro grafico nos otorga el servicio de impresiones en diversas texturas y bases con el fin de obtener los materiales adecuados para la decoración personalizada que el cliente solicita.



## MÉXICO N17-184 Y ASUNCIÓN

Quito, Ecuador

Tel: (593) (2) 2901927

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

### **COSTOS**

El costo de los productos de la empresa Mega Centro Grafico en el mercado son variables dependiendo de la complejidad de los artes requeridos.

#### **Condiciones de Pago.**

Las condiciones de pago se realizarán con un crédito de máximo 30 con cheque de la empresa.

#### **Contrato**

Debido a que es un servicio requerido, se celebra el contrato de compromiso donde se detallan los plazo de pago y la fecha de entrega de los artes, los mismos que se exigen el cumplimiento para cada evento requerido.

### **2.1.3 Competidores**

- **Competencia Directa:**

En nuestra ciudad existen aproximadamente 80 negocios de fiestas infantiles comprendido desde microempresas a grandes empresas, de las cuales son muy pocas las empresas que cuentan con local de servicios, concentrándose el 95% de las empresas cuyo giro de negocio se concentra en el servicio a domicilio y con limitaciones de variedad en el servicio.

**Nuestros Competidores Directos son:**

Chikis Fiestas Infantiles



Vía Interoceánica km 12, junto al puente de Río San Pedro / Tumbaco

Campestre - Tumbaco (2371 686)

chikisfiestasinfantiles@hotmail.com

La empresa cuenta con instalaciones de áreas verdes ubicadas en el valle de Tumbaco, su principal servicio son las fiestas infantiles.

A pesar de contar con local propio la empresa no ha logrado adaptar el estilo campestre que ofrece, adecuando simplemente áreas verdes con juegos para celebrar el servicio de fiestas infantiles.

**REINO MAGICO TANDA**



*Av. Los Laureles #92 y Río Coca.*

*Quito Ecuador*

 2251717 / 099-733-667 Fax: 3340390

La empresa cuenta con servicios en instalaciones propias y a domicilio, con áreas verdes y áreas de entretenimiento de video juegos.

La ubicación del lugar dificulta la llegada de sus clientes ya que no cuentan con vías en buen estado o habilitadas en su totalidad.

### **Competidores Indirectos:**

MrJoy



Este tipo de competidor ofrece como un valor agregado a su servicio principal el servicio de celebración de cumpleaños en sus locales, donde los clientes pueden disfrutar de sus áreas recreativas, pero no obtienen exclusividad, ni privacidad en el evento, ya que deben compartir las instalaciones con el público general que ingresa a utilizar las diversas áreas.

### **KFC / CH FARINA / MC DONALD'S**



El estilo de este tipo de competidores es ofrecer el servicio de fiestas infantiles como un valor agregado al giro de negocio real de la empresa, brindando un plus a su negocio ofreciendo un espacio pequeño para celebrar fiestas infantiles.

Sobre estas empresas nuestro proyecto toma una gran ventaja ya que al ser únicamente servicio a domicilio el nivel y variedad de servicios se limita debido tiempo y espacio disponible.

## Servicios a domicilio



El servicio a domicilio es copado por emprendedores informales, quienes ofrecen shows básicos, limitados, donde no se puede ir más allá del tiempo pactado en servicio, y limitado a nuevas innovaciones.

### 2.1.3 Distribuidores

Se va a generar una relación directa con los clientes, debido a esto no se tendrá canales de distribución. La cadena valor sería la siguiente:



**Gráfico 4: Cadena de Valor**

**FUENTE: Investigación Propia**

**ELABORADO POR: Adriana Vásquez**

## 2.2 Consumidores:

### **Criterios de segmentación del consumidor, perfil y características.**

El mercado está formado por una gran cantidad de personas y organizaciones, las cuales tienen necesidades, deseos y preferencias al momento de adquirir un servicio.

Dentro de la mayor parte de los mercados las necesidades y deseos de los compradores no son las mismas.

Una empresa debe profundizar en el conocimiento de su mercado con el objeto de adaptar su oferta y su estrategia de marketing a los requerimientos de éste.

La segmentación toma como punto de partida el reconocimiento de que el mercado es heterogéneo, y pretende dividirlo en grupos o segmentos homogéneos, que pueden ser elegidos como mercados meta de la empresa.

La segmentación implica un proceso de diferenciación de las necesidades dentro de un mercado.

La empresa se enfoca en dos grupos, que son los padres de familia y los niños, dentro de los cuales se ha realizado una segmentación según cuatro características:

- Geográficas
- Demográficas
- Pictográficas
- Conductuales

El segmento de mercado que queremos estudiar se divide en geográficas, demográficas, y pictográfica.

### **GEOGRAFICAS**

PAIS: ECUADOR

CAPITAL: QUITO

MONEDA: DÓLAR estadounidense

POBLACION: 16.219.887 Millones de habitantes (2016)

POBLACION ESPECIFICA: Sector norte de la ciudad de Quito y alrededores.

Las familias que vivan en la zona San Isidro del Inca.

### **DEMOGRAFICAS**

EDAD: Entre 1 mes – 15 años

SEXO: Hombre y mujeres

NIVEL ECONOMICO: Medio- Medio alto- alto

Los ingresos en promedio de la familia deben ser de \$800 en adelante; las edades deben estar comprendidas entre parejas que tengan de 22 a 40 años de edad.

En este segmento los compradores pueden ser hombres o mujeres.

Las familias deben estar conformadas por parejas que trabajen tiempo completo y que no tengan tiempo para organizar la fiesta infantil de sus hijos.

## **PSICOGRAFICAS**

Gustos y preferencias del cliente

Estilo de vida

Valores

Personalidad

Este perfil implica a personas que busquen que la fiesta infantil de sus hijos sea un momento único e inolvidable.

### **Cubrimiento Geográfico del Plan de Negocio**

En la ciudad de Quito en el sector norte de la ciudad no existen locales de fiestas infantiles, por lo que las personas deben trasladarse a extremos como valles, o sur de la ciudad para obtener este tipo de servicio.

### **2.3 Análisis Cualitativo Respecto a la Aceptación del Servicio**

Hoy en día los padres de familia ya no tienen tiempo para organizar la fiesta infantil de sus hijos, tampoco tienen facilidad para acceder a ciertos servicios como locales, arreglos, snacks, animadores, juegos inflables, etc.

Se utilizó la herramienta de encuestas para obtener, criterios, sugerencias, respecto al tipo de servicio que se desea ofrecer.

## 2.4 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Originalidad en servicios campestres para eventos infantiles</li> <li>-Contacto con la naturaleza</li> <li>-Logística basada en un organigrama estándar</li> <li>-Personal capacitado en atención y servicio al cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento de captación del mercado de niños</li> <li>- Utilización de herramientas publicitarias gratuitas para que el servicio llegue a nuevos clientes potenciales como OLX, mercado libre, etc.</li> <li>- Incentivos o acceso a créditos</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de experiencia</li> <li>- Capacidad máxima de 50 niños por fiesta</li> <li>- Cantidad limitado de personal por costos</li> <li>- Servicios de shows infantiles limitado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de nuevas políticas e impuestos para empresas de servicios.</li> <li>- Desastres naturales que afecten a la infraestructura</li> <li>- Reducción en los ingresos de los padres de familia que pueden resolver no realizar fiestas infantiles como evento para sus hijos.</li> </ul>

**Fuente: Investigación Propia**

## 2.5 Análisis DAFO o Matriz Cruzada

<p style="text-align: center;">INTERNAS</p> <p style="text-align: right;">EXTERNAS</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p>
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>1.Originalidad en servicios campestres para eventos infantiles</p> <p>2.Contacto con la naturaleza</p> <p>3.Logística basada en un organigrama estándar</p> <p>4.Personal capacitado en atención y servicio al cliente</p>	<p style="text-align: center;">F.O.</p> <p>F1 con O2 – O3 aprovechamos la originalidad de nuestros servicios para promocionarlos en los servicios gratuitos de internet con gran frecuencia.</p> <p>F3 con O1 aprovechamos la logística del negocio para obtener incremento en la captación de nuevos clientes.</p> <p>F2-F1 con O1 aprovechando estas fortalezas y oportunidades nos permitirá brindar un servicio fuera de lo común incentivando a que nuestros clientes valoren el medio ambiente que ofrece la naturaleza.</p>	<p style="text-align: center;">F.A.</p> <p>F1-F4 con A3 aprovechando la originalidad de nuestros servicios y el personal capacitado se puede ofrecer servicios que impulsen la excelencia en servicio de atención, motivando a los padres para adquirir este servicio</p> <p>F3con A1 aprovechando la logística bien organizada la empresa asume las nuevas políticas como retos para mejorar e innovar.</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>1. Falta de experiencia</p> <p>2.Capacidad máxima de 50 niños por fiesta</p> <p>3.Cantidad limitado de personal por costos</p> <p>4.Servicios de shows infantiles limitado</p>	<p style="text-align: center;">D.O.</p> <p>D1 con O3 aprovechamos la capacidad de incrementar incentivos y créditos para invertir en capacitación al personal.</p> <p>D2-D3 con O1 aprovechando la captación de clientes se puede incrementar los días de servicios entre semana, con nuevas opciones de servicios.</p>	<p style="text-align: center;">D.A.</p> <p>D1-D4 con A3 aprovechando que el personal se capacitara, se ofrecerá nuevas opciones económicas para familias de bajos ingresos económicos.</p> <p>D2 con A2 aprovechando la capacidad máxima de niños se puede realizar planes de prevención de riesgos y seguridad en caso de emergencias.</p>

## 2.6. Análisis Cuantitativo. Proyección Estimada de la Demanda

Para determinar la demanda es preciso considerar como primer punto la demanda potencial, es decir como primera instancia es necesario definir el número de pobladores que se encuentran dentro de la Parroquia San Isidro del Inca; mediante un análisis basado a fuentes específicas,

Es posible mencionar que en la actualidad existen 302 zonas en Quito, de la cuales se encuentran divididas por Parroquias dentro del Distrito Metropolitano, es así que desde la parroquia 77 a la 82 pertenecen a la parroquia San Isidro del inca, de lo cual se realiza la siguiente tabla:

**Tabla 1: Población Parroquia San Isidro del Inca**

ZONA	POBLACIÓN
Zona 77	4.871
Zona 78	4.981
Zona 79	5.172
Zona 80	4.750
Zona 81	5.449
Zona 82	4.911
POBLACIÓN TOTAL	30.134

**Fuente: (INEC, 2010)**

Según censo De Población y Vivienda del 2010, se indica que existen 30.134 habitantes en las zonas que intervienen dentro de la Parroquia de San Isidro del Inca.

**Tabla 2: Número de Hogares por Zona “San Isidro del Inca”**

ZONA	# HOGARES
Zona 77	1.412
Zona 78	1.410
Zona 79	1.422
Zona 80	1.340
Zona 81	1.589
Zona 82	1.365
POBLACIÓN TOTAL	8.538

**Fuente: (INEC, 2010)**

De acuerdo a la información anterior, se indica que en las zonas que integran San Isidro del Inca, incluyen 8.538 hogares; además de acuerdo a INEC 2015, indica que “el promedio de integrantes de una familia actualmente llega a 3, de donde uno solo es un niño o joven menor de edad” (INEC, 2010)

De acuerdo a la información recopilada, es posible establecer entonces que si en cada hogar hay un solo niño menor de edad, la demanda potencial de fiestas sería 1 por niño al año, de la siguiente forma:

**Tabla 3: # clientes potenciales (niños Parroquia San Isidro del Inca)**

ZONA	# niños (clientes potenciales)
Zona 77	1.412
Zona 78	1.410
Zona 79	1.422
Zona 80	1.340
Zona 81	1.589
Zona 82	1.365
POBLACIÓN TOTAL	8.538

**Fuente: (INEC, 2010)**

Así de acuerdo a la demanda máxima que se podría cubrir de acuerdo a la capacidad máxima instalada, responde a que cada día se podrían cubrir dos eventos, si todos los días del año se pusiera en funcionamiento el servicio de eventos infantiles, así la demanda real a la que sería factible captar es un total de (2 eventos\* 365 días del año= 730 fiestas, es decir sería posible captar a 730 niños, acorde a la capacidad instalada de la empresa.

**Tabla 4: Demanda Real (niños San Isidro del Inca)**

Año	# niños (clientes potenciales)	# niños a los que es posible captar (por capacidad instalada)	% captación
			mercado total
año 1	8538	730	9%
año 2	8683	742	9%
año 3	8831	755	9%
año 4	8981	768	9%
año 5	9134	781	9%

**Fuente: Investigación Propia**

Será factible captar el 9% de la demanda potencial total de niños en San Isidro del Inca, de acuerdo a la capacidad máxima que puede generar la empresa, sin embargo es preciso saber que la empresa no trabajará los 365 días del año, por lo que la demanda real no será totalmente cubierta, pues se tomará en cuenta como que los días de atención serán 20 en total al mes y se genera una demanda efectiva que se detalla de la siguiente forma:

**Tabla 5: Demanda Efectiva a ser captada**

Año	# niños (clientes potenciales)	# niños a los que es posible captar (por capacidad instalada)	Demanda efectiva	% de aprovechamiento
			Niños	capacidad instalada
año 1	8538	730	480	66%
año 2	8683	742	488	66%
año 3	8831	755	496	66%
año 4	8981	768	505	66%
año 5	9134	781	513	66%

**Fuente: Investigación Propia**

La demanda efectiva a ser captada, da un total de 480 niños para el primer año, y variará de acuerdo a una tasa de crecimiento del 1,7% de acuerdo a cifras dadas por el INEC, de la demanda real (capacidad instalada total de la empresa) se captará el 66%.

## 2.8. Cálculo Estimado de Ventas. Flujo de Ingresos Proyectado

Año	Demanda efectiva	Precio del servicio completo	Ingresos Totales
	Niños	(inflación 3,36%) por evento	proyectados
año 1	480	\$ 400	\$ 192.000
año 2	488	\$ 413	\$ 201.825
año 3	496	\$ 427	\$ 212.152
año 4	505	\$ 442	\$ 223.009
año 5	513	\$ 457	\$ 234.420

**Fuente: Investigación Propia**

Se estima que los ingresos irán incrementando desde el año 1, donde se obtendrán ingresos por servicios prestados en eventos infantiles para fiestas de cumpleaños de \$192.000, captando un total de 480 niños al año, los cuales harán uso una sola vez del servicio anualmente, (cumpleaños); y en los futuros años se irá incrementando estos ingresos, ya que el precio inicial será de \$400 y aumenta en base a la inflación del 3,36% para el año 2015, según INEC.

### 2.8.1 Cálculo de la Población y Muestra para la ejecución de encuestas de aceptación del servicio

POBLACIÓN: Total de familias con por lo menos un niño entre 0 a 15 años en San Isidro del Inca= 8.358

MUESTRA: 382 encuestas

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

N= 8358

e= 0,05

n=  $\frac{8358}{21,895}$

n= 381,730989

382 encuestas.

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

e = Límite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador; para el presente caso se ha tomado el 5% de margen de error.

## 2.8.2 Resultados de Aplicación de Encuestas de Aceptación del Mercado

1) De existir una empresa especializada en la organización de fiestas infantiles y que proporcione un local para el evento con ambiente campestre ¿contrataría este servicio?

SI ( )

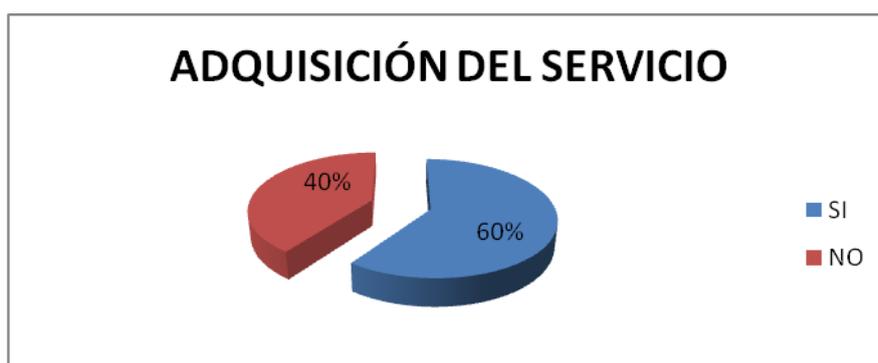
NO ( )

**Tabla 6: Adquisición del Servicio**

DETALLE	FRECUENCIA	TOTAL
SI	229	60%
NO	153	40%
	382	100%

**Fuente: Investigación Propia**

**Gráfico 5: Adquisición del Servicio**



**Fuente: Investigación Propia**

El 60% del total de 382 padres de familia encuestados, indicaron que si estarían dispuestos a adquirir el servicio, mientras que el 40% indicó que no lo haría. Esto indica que por lo menos el 60% de padres de San Isidro del Inca adquirirían el servicio.

**2) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la celebración de la fiesta infantil de sus hijos(as) entre 0 a 15 años?**

Entre \$110-\$200

Entre \$300-\$550

Entre \$600-\$700

**Tabla 7: Disposición de Pago**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$110-\$200	120	31%
Entre \$300-\$550	200	52%
Entre \$600-\$700	62	16%
	382	100%

Fuente: Investigación Propia

**Gráfico 6: Disposición de Pago**



Fuente: Investigación Propia

De 382 padres encuestados, el 52% indicó que pagaría entre \$300 a \$550 la fiesta infantil, mientras que el 31% indicó que pagaría entre \$110 y \$200 y el 16% pagaría entre \$600 a \$700. Esto indica que la mayor parte de padres pagarían entre \$300 a \$550.

3) ¿Cuál es la forma de pago que considera usted más conveniente para contratar el servicio de organización de fiestas infantiles?

Efectivo ( )

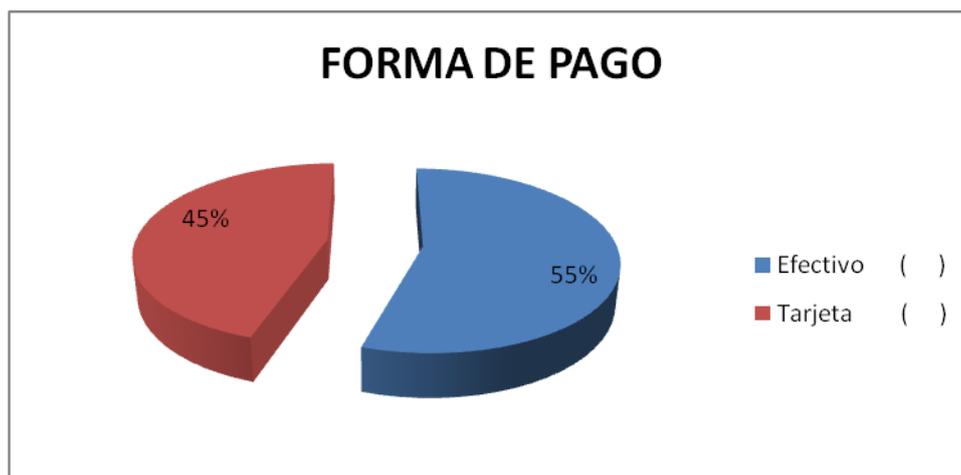
Tarjeta ( )

**Tabla 8: Forma De Pago**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Efectivo ( )	210	55%
Tarjeta ( )	172	45%
	382	100%

**Fuente: Investigación Propia**

**Gráfico 7: Forma de Pago**



**Fuente: Investigación Propia**

De 382 padres de familia el 55% indican que aceptarían una forma de pago en efectivo mientras que el 45% indica que preferiría hacerlo con tarjeta.

La mayoría de padres les gustaría pagar en efectivo, aunque también hay un gran porcentaje que pagaría con tarjeta, por lo que sería adecuada dar las dos opciones de pago.

4) De acuerdo a su criterio ¿Cuáles serían los medios publicitarios idóneos para dar a conocer el servicio?

**Prensa Escrita** ( )

**Radio** ( )

**Hojas Volantes** ( )

**Internet** ( )

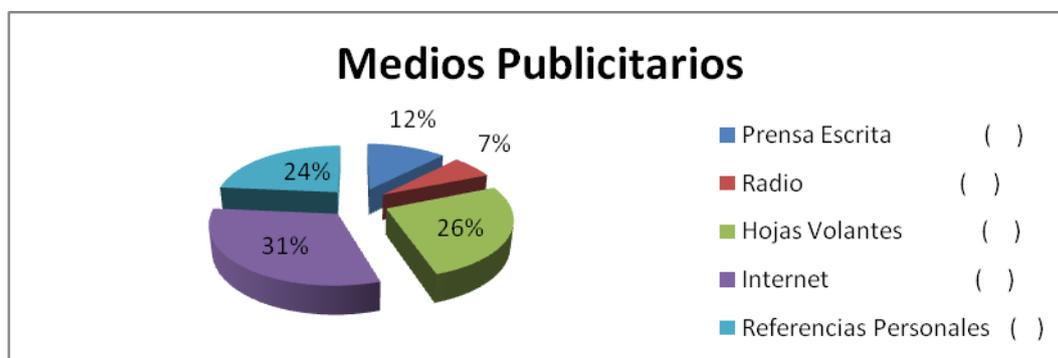
**Referencias Personales** ( )

**Tabla 9: Medios Publicitarios**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Prensa Escrita	47	12%
Radio	25	7%
Hojas Volantes	100	26%
Internet	120	31%
Referencias Personales	90	24%
	382	100%

**Fuente: Investigación Propia**

**Gráfico 8: Medios Publicitarios**



**Fuente: Investigación Propia**

El 31% del total de 382 padres encuestados indicaron que sería pertinente la publicidad por internet, mientras que el 26% indicó que sería adecuada la publicidad con hojas volantes, el 24% mediante referencias personales, el 12% a través de prensa escrita y el 7% indican que sería adecuada la publicidad por radio.

La mayor parte de padres indican y sugieren al internet y los volantes como parte de la publicidad a ejecutarse.

**5) ¿Qué servicio adicional incluiría a la celebración de la fiesta infantil?**

**Snacks** ( )

**Animación con shows en vivo** ( )

**Decoración** ( )

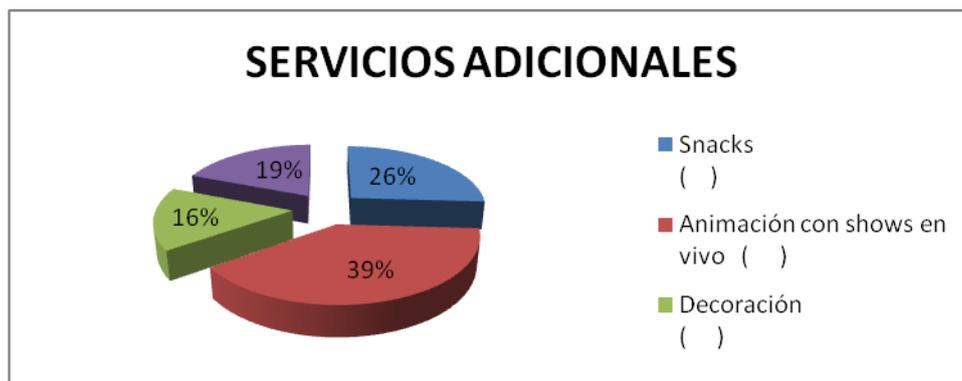
**Inflables** ( )

**Tabla 10: Servicios Adicionales**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Snacks ( )	99	26%
Animación con shows en vivo ( )	150	39%
Decoración ( )	60	16%
Inflables ( )	73	19%
	382	100%

**Fuente: Investigación Propia**

**Gráfico 9: Servicios Adicionales**



**Fuente: Investigación Propia**

El 39% de padres de familia indican que la animación con shows en vivo serían adecuados para adicionar servicios para las fiestas infantiles, mientras que el 26% indica que sería adecuado incluir snacks, el 19% dice que sería bueno que se incluya inflables, y el 16% indica que sería pertinente una excelente decoración.

La mayor parte de padres de familia coinciden con que sería adecuado incluir shows en vivo como payasos, mimos que deberán ser incluidos para satisfacer al cliente, además también indican que sería adecuado incluir snacks, inflables y decoración lo cual también se incluirá en el local y el evento.

**6) ¿Qué aspecto le parece de mayor importancia en la prestación del servicio?**

- Calidad de atención** ( )
- Tamaño del local** ( )
- Aseo del local** ( )
- Variedad de actividades** ( )

**Tabla 11: Aspectos de la Prestación del Servicio**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad de atención ( )	90	24%
Tamaño del local ( )	80	21%
Aseo del local ( )	62	16%
Variedad de actividades ( )	150	39%
	382	100%

**Fuente: Investigación Propia**

**Gráfico 10: Aspectos de la Prestación de Servicio**



**Fuente: Investigación Propia**

Del total de 382 encuestados, el 39% indica que el aspecto más importante lo consideran la variedad de actividades que realizan sus hijos en el lugar del evento, mientras que el 24% indica que el aspecto más relevante es la calidad de atención, el 21% dice que el aspecto primordial es el tamaño del local y el 16% dice que prefiere el aspecto de limpieza y aseo del local. Lo anterior indica que la mayoría de los padres ven muy importante la variedad de actividades.

## CAPÍTULO 3

### PLAN DE MARKETING

#### 3.1. Establecimiento de los objetivos

Es preciso definir que el objetivo empresarial se centra en captar por lo menos el 0,80% de mercado potencial de familias del norte de Quito, a través de un servicio de calidad, centrado en aquellas personas que requieren realizar una fiesta porque un hijo o hija, o familiar allegado infante está cumpliendo años.

- Posicionarse en el mercado potencial de por lo menos el 0,8% del mercado total.
- A partir del primer año incrementar la participación del mercado, de acuerdo a la calidad del servicio y precios competitivos.
- Incrementar los ingresos anuales de forma progresiva.

#### 3.2. Criterios de Marketing Digital aplicación al negocio

Partiendo del punto que:

El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas herramientas como la inmediatez, las nuevas redes que surgen día a día, y la posibilidad de mediciones reales de cada una de las estrategias empleadas. (mdmarketingdigital, 2011)

Para el presente proyecto se hará uso de redes sociales principalmente, el facebook ya que es una plataforma multitarea donde es posible publicar páginas empresariales a bajos costos una vez por mes; donde se puede incluir la etapa de introducción del servicio de fiestas infantiles, actualizar descuentos, detallar datos informativos de la empresa.

Además también será factible la implementación de una página web, con la finalidad de que el cliente pueda observar la información empresarial relevante y también con respecto al servicio, y datos informativos de la ubicación y números de teléfono de la empresa, además de ingresar comentarios, sugerencias y datos para recibir nueva información, horarios de atención y disponibilidad de horarios para salas de fiestas infantiles.

### 3.3. Formulación de estrategias

Una estrategia puede ser definida de muchas maneras. Para Hax y Majluf (1996) es un patrón de decisiones coherente, unificador, e integrativo que determina y revela el propósito organizacional en términos de objetivos a largo plazo, programas de acción y prioridades en la asignación de recursos. Además, selecciona los negocios de la organización o aquellos en que va estar, e intenta lograr una ventaja sostenible a largo plazo en cada uno de los negocios, respondiendo adecuadamente ante las amenazas y oportunidades en el medio ambiente y las fortalezas y debilidades de la organización. Por último, abarca todos los niveles jerárquicos de la firma (corporativo, de negocios, y funcional) y define la naturaleza de las contribuciones económicas y no económicas que se propone hacer a sus grupos asociados. (Hax & Majluf, 1996)

#### a) Estrategias de Venta

- Incrementar el 0,8% de captación del mercado total durante cada año, y si es posible desde el segundo año incrementar al 1% de captación del mercado.
- Dotar de un servicio integral, donde no solo sea posible celebrar el cumpleaños de los hijos del cliente potencial sino que se le obsequie pases de cortesía si lleva a más de 15 niños a la fiesta.
- Establecer una calidad óptima del servicio en aseo, iluminación del local, snacks, bebidas, música, y atención al cliente oportuno y receptando todas las necesidades de manera efectiva.
- Buscar nuevos segmentos de mercado, como el público joven a quien se puede dar un sentido de fiestas juveniles sin licor a los eventos.

#### b) Estrategias de Precio

- El precio de venta es totalmente competitivo, ya que es un precio estable y promedio de incrementar los ingresos asociando la proyección en base a la inflación, pero también es posible definir diferenciación en el servicio oportuno y de calidad lo cual permitirá ampliar el mercado final.

- En el caso de recomendaciones o referidos de clientes ya existentes, es posible darles un pase de clientes preferenciales.
- La calidad de servicio es el principal factor diferenciador de la competencia, dando un plus al negocio.

### c) Estrategias de Distribución

- Es necesario considerar que los servicios de fiestas infantiles aunque no es un servicio de consumo masivo, es posible despertar la necesidad de recurrir a este servicio cada vez que sus niños cumplen años, para lo cual se mantiene un local de en óptimas condiciones de recursos humanos, tecnológicos y materiales.

A continuación se establece una matriz de alternativas que será la que determine la mejor opción que permita escoger el canal de distribución correcto.

Por lo que se define las siguientes variables:

- **Puntuación.-** Es posible calificar cada alternativa de manera cualitativa del 1 al 10, siendo 10 la mejor puntuación y el 1 la menor puntuación.
- **Probabilidad.-** Es la posibilidad de que se dé el puntaje esperado y debe ser menor a uno.
- **Valor esperado.-** Ese el puntaje que se espera obtener de dicho factor.

Tabla 12: Matriz Comparativa Canales de distribución

FUNCIONES	INTERNET		
	PUNTAJE	PROBABILIDAD	VALOR ESPERADO
Accesibilidad	9	0,90	8,1
Interacción con el cliente	10	0,90	9
Costos de contribución	5	0,90	4.5
Margen de contribución	6	0,90	5.4
Competitividad	8	0,80	6.4
Oportunidad	8	0,80	6.4
TOTAL			39,8

	<b>HOJAS VOLANTES</b>		
<b>FUNCIONES</b>	<b>PUNTAJE</b>	<b>PROBABILIDAD</b>	<b>VALOR ESPERADO</b>
Accesibilidad	8	0,90	7,2
Interacción con el cliente	7	0,90	6,3
Costos de contribución	8	0,80	6,4
Margen de contribución	6	0,70	4,2
Competitividad	5	0,80	4
Oportunidad	6	0,90	5,4
TOTAL			33,5

	<b>TELEMERCADERO</b>		
<b>FUNCIONES</b>	<b>PUNTAJE</b>	<b>PROBABILIDAD</b>	<b>VALOR ESPERADO</b>
Accesibilidad	9	0,90	8,1
Interacción con el cliente	10	0,90	9,0
Costos de contribución	5	0,90	4,5
Margen de contribución	6	0,90	5,4
Competitividad	7	0,80	5,6
Oportunidad	6	0,70	4,2
TOTAL			36,8

**Gráfico 11: Canales de distribución**

**Fuente: (Espinoza & Narváez, 2007)**

De acuerdo al gráfico anterior se puede visualizar que el mayor puntaje obtuvo el internet como medio de distribución y comunicación del servicio, con un 39,8 puntos; mientras que la ejecución de tele mercadeo proporciona 36,8 puntos, siendo el segundo medio de comunicación y distribución que permite la eficiencia del servicio, y finalmente están las hojas volantes que proporcionarán 33,5 puntos siendo el medio con menor puntaje, por lo que se considera que el internet sería el mejor medio de distribución de la comunicación del servicio, considerando que es un bien intangible.

#### d) Estrategias Promocionales

- Es posible otorgar la tarjeta “Socio- Fiestas Infantiles” cuando el niño haya accedido al servicio por lo menos durante dos ocasiones, para lo cual puede acceder a agendas publicitarias que se les otorga después del uso del servicio.



- A los clientes referidos de otros existentes se les otorgará premios como gorras, agendas publicitarias, camisetas que forman parte de los gastos de publicidad y promoción



### **3.4. Aplicaciones del Marketing Mix**

El marketing mix es aquella estrategia que demanda el uso del conjunto de herramientas, es decir producto, precio, distribución y promoción en conjunto para sacar a flote las ventas semanales, mensuales y anuales del servicio, por lo que es preciso innovar como por ejemplo con el hecho de como primer punto ofrecer un servicio de calidad, haciendo énfasis en mantener los recursos tecnológicos, materiales y de talento humano con una atención adecuada al cliente y como segundo punto es preciso darle un precio competitivo, que totalmente lo es con un valor de \$455 para el servicio de fiesta infantil.

Otro punto indispensable son los canales de distribución, ya que por tratarse de un servicio, es eficiente recurrir a canales que puedan ofertar de manera masiva el servicio, para ser visto por la mayor cantidad de personas como es el caso del internet y finalmente la promoción donde es posible ingresar bases de datos de clientes y sobre todo incentivar con brindar artículos publicitarios.

#### **3.4.1 Producto/ Servicio**

Con el fin de brindar un producto de calidad, es necesario someterlo a normativas y estándares recomendables y aceptados por el demandante del mismo, sin embargo para el caso de un servicio es mucho más riesgosa la calidad que se debe otorgar al mismo, pues esto dependerá como principal punto del talento humano, sus acciones y la habilidad del trato con el cliente, por ejemplo en el presente proyecto es de vital importancia que todos los colaboradores estén completamente organizados en el momento del evento, siempre atentos y dispuestos a ayudar en lo que solicite el niño o niña cumpleañero, sus invitados, padres y familiares de los niños invitados, en donde además del sitio campestre esta será otra ventaja competitiva a favor de la empresa.

Además es preciso indicar que para cada fiesta se requiere un mínimo de quince niños y un adulto por niño, (incluyendo el cumpleañero e invitados).

#### **3.4.2 Precio**

El precio es totalmente accesible tomando en cuenta todos los beneficios con los que cuenta el cumpleañero y sus padres que son quienes contratan el servicio, considerando que de acuerdo a la encuesta fue totalmente aceptado un valor hasta \$500 por el evento se cobrará un total de \$455; comparándolo con los de la competencia es similar y es bastante competitivo.

Haciendo un comparativo CHIKYPARTY cuenta con un precio competitivo, dentro de la aceptación del cliente:

**Tabla 13: Comparativo de precios**

NOMBRE EMPRESA	DETALLE	VALOR
Chikis	La fiesta incluye tres horas de diversión en el área verde, juegos, saltarines, comida y teatro	\$450
Reino Mágico	La fiesta incluye tres horas de diversión en área verde, tarabita, minigolf, futbol, mini teatro, teatro, sombra chinesca.	\$486
Chikyparty	La fiesta incluye área campestre, comida, saltarines, inflables, sección animalitos domésticos, teatro.	\$455

- **Precios no incluyen IVA**

**Fuente: Páginas Web de Mundo mágico y Chikis**

En el cuadro anterior es posible visualizar que el precio de Chikyparty es totalmente competitivo con un valor de \$455.

### **3.4.3 Plaza**

El área campestre incluye un total de en San Isidro del Inca, entre Gardenias y las Fucias S/N en el Norte de Quito, en un total de 384 m<sup>2</sup> de área de servicios, la ubicación es estratégica ya que existe demanda de personas con ingresos medios-medios altos y altos quienes cuentan con la oportunidad de acceder al servicio, además la mayor parte de padres de familia no disponen de tiempo para atender y organizar las fiestas infantiles de los niños.

### **3.4.4 Promoción**

Debido a que el internet fue el medio estratégico que ganó de acuerdo a la matriz de puntuación comparativa entre el resto de medios publicitarios, se publicita el servicio en los siguientes medios:

- Facebook.- Es posible crear una página virtual empresarial en Facebook en donde se podrá otorgar mayor interés por parte del público, y en muchos casos hasta es posible llegar a más demandantes del servicio de sectores aledaños a San Isidro o de todo Quito.

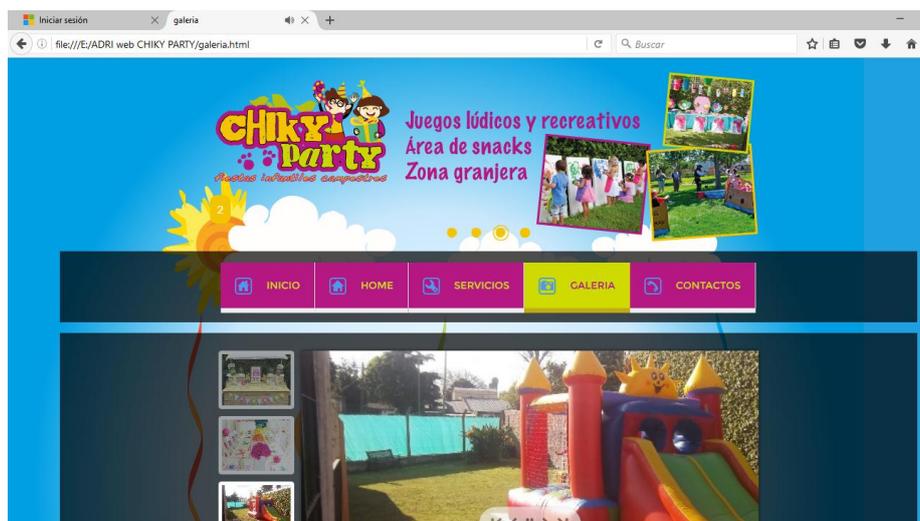


**Gráfico 12: Página en Facebook**

**Fuente: Elaboración Propia**

- Página web.- Actualmente las empresas que ofertan y promocionan sus servicios por medio de una página web son quienes tienen la oportunidad de crear bases de datos a partir de la información que dejan en la plataforma de contactos, de donde es posible captar por lo menos un 3% del total de clientes que ingresan a ella.
- Nuestra página web contiene toda la información necesaria sobre nuestra identidad y diversidad de servicios que la empresa ofrece, así como los datos de contacto, dirección, y galería de nuestros servicios.

Web Site: [www.chikyparty.com](http://www.chikyparty.com)



**Gráfico 13: Página Web**

**Fuente: Investigación Propia**

- Olx y Mercado Libre.- Es posible incluso promocionar los servicios de manera gratuita a través de OLX y Mercado Libre, si se requiere mejor exposición hay planes desde 10 a 15 dólares para dejar el anuncio en primeras filas.

**Material Pop**

El material Pop o material promocional es el material colocado y distribuido en los alrededores de nuestra empresa con el fin de captar la atención del cliente e impulsarlo hacer uso de nuestros servicios.

Para promocionar nuestra empresa, dar a conocer nuestros servicios y variedades, se utilizara el siguiente material:

Flyers, afiches, colgantes, donde se promocione el servicio y será entregado por los alrededores de San Isidro del Inca, a continuación se muestra un bosquejo del mismo:



**Gráfico 14: Material POP**

**Fuente: Investigación Propia**

**Material Corporativo:**

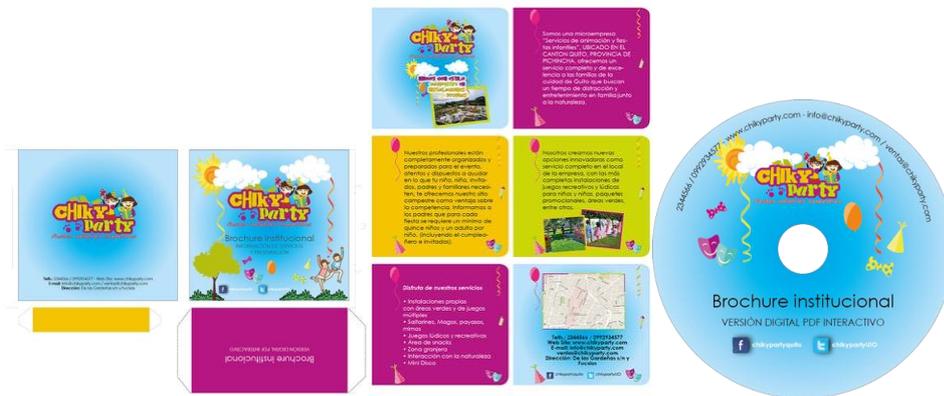
**Tarjetas de presentación**



**Gráfico 15: Tarjetas de presentación**

**Fuente: Investigación Propia**

**Brochure Institucional:**



**Gráfico 16: Brochure Institucional**

**Fuente: Investigación Propia**

**Documentos comerciales:**

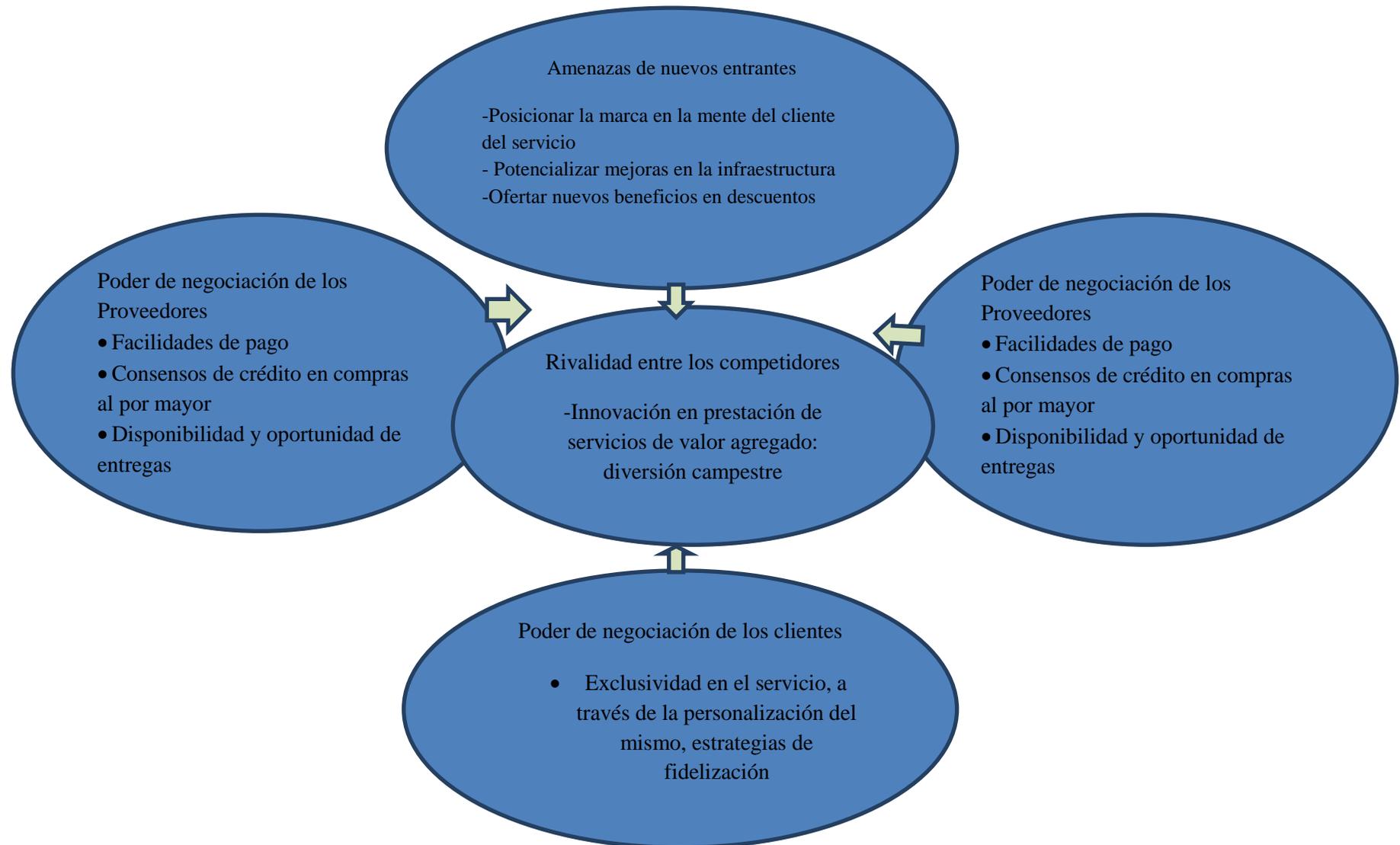


**Gráfico 17: Documentos comerciales**

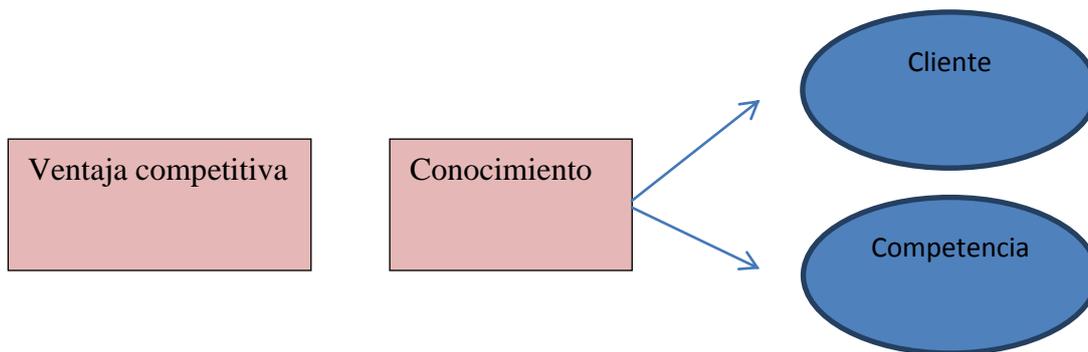
**Fuente: Investigación Propia**

### 3.4.5 Fuerzas Competitivas De Porter

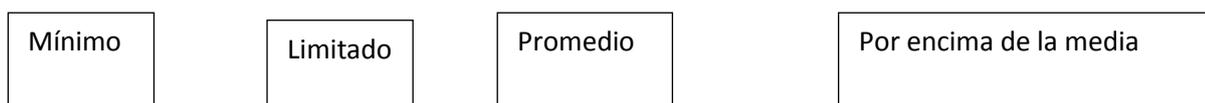
El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter indica un todo integral, donde se incluyen tanto los factores internos como externos, en los que hay que aplicar estrategias específicas para que la empresa o unidad de negocio opere competitivamente.



### 3.4.6 Indicadores de fuentes de Ventaja Competitiva



<p><b><u>Estrategia reactiva</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Excesivo conocimiento del servicio por parte</li> <li>• Limitado conocimiento de la competencia</li> </ul>	<p><b><u>Estrategia oblicua</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Extenso conocimiento de los clientes</li> <li>• Extenso conocimiento de la competencia</li> </ul>
<p><b><u>Estrategia dirija por pensamiento interno</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento limitado de los clientes</li> <li>• Conocimiento limitado o nulo de la competencia</li> </ul>	<p><b><u>Estrategia reactiva</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento limitado de los clientes</li> <li>• Conocimientos extensos de la competencia.</li> </ul>



**Fuente: (Best, 2009)**

Se puede decir que actualmente la empresa solo cuenta con un conocimiento limitado de los clientes y la competencia, debido a que estaría en la etapa de introducción del servicio.

Una ventaja competitiva es una ventaja en algún aspecto que posee la empresa ante otras empresas del mismo sector o mercado y que le permite tener un mejor

diseño que dichas empresas y por lo tanto su posición competitiva en dicho sector o mercado.

Siendo así la ventaja el valor diferenciador de la empresa como en este caso el estilo de fiestas campestres que otorga un giro particular al tipo de servicio.

## **CAPÍTULO 4**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

En el presente capítulo se habla acerca del estudio técnico cuyo fin se basa en la disponibilidad física de la planta así como los recursos tanto materiales como humanos y tecnológicos necesarios para poner en marcha el proyecto.

Además se realiza una definición del tamaño, micro y macro localización y la ingeniería del proyecto, tomando en cuenta que el principal proceso productivo es el servicio y la atención al cliente.

#### **4.1. Tamaño del Proyecto**

El tamaño del proyecto, depende básicamente del alcance de la empresa para producir de acuerdo a la disponibilidad de recursos humanos, tecnológicos, materiales, propiedad planta y equipo, infraestructura, maquinaria, entre otros factores que permitirán medir la capacidad máxima instalada,

a) Determinación de la unidad de medida del tamaño y análisis de la capacidad del negocio

La capacidad instalada de un negocio es la capacidad máxima de la oferta de servicio, haciendo uso del 100% de los recursos que forman parte del servicio, con el fin de satisfacer las necesidades la empresa cuenta con los siguientes elementos o recursos:

- Materiales para arreglo y decoración del establecimiento
- Equipo de uso portátil para ambientación musical y del entorno
- Materiales que serán dotados por empresas específicas: pasteles, piñatas, sorpresas
- Personal capacitado en atención al cliente.

Es preciso entonces determinar que la sala de fiestas infantiles tiene capacidad máxima para realizar dos eventos diarios, tomando en cuenta como si todos los 365 días del año se hiciera uso del mismo, de la siguiente forma:

**Tabla 14: Capacidad Instalada Eventos**

Detalle	#Servicios diarios	# días	Capacidad Instalada (#días*#eventos)
Eventos infantiles	2	365	730 eventos

Fuente: (Espinoza & Narváez, 2007)

**Tabla 15: Capacidad Ocupada Eventos**

Detalle	#Servicios diarios	# días	Capacidad Ocupada (66%) (#días*#eventos)
Eventos infantiles	2	365	480 eventos

Fuente: (Espinoza & Narváez, 2007)

- Para cada fiesta se requiere un mínimo de quince niños, incluido el cumpleañero y los invitados
- Cada niño puede acceder con un adulto.

A continuación se obtiene el costo unitario del Kit del cumpleañero y el Kit que incluye al invitado, siendo la totalidad que se cobra de \$455.

• **Tabla 16: Kit Cumpleañero**

Kit cumpleañero	
vela	1,5
mantel	2,5
Piñata	18
bonete	0,8
Plato	0,16
Vaso	0,16
Extras	1
Total	24,13

Fuente: Investigación Propia

• **Tabla 17: Kit Invitado**

Kit Invitado	
bonete	0,20
Plato	0,16
vaso	0,16
Extras	1
Total	1,54

**Fuente: Investigación Propia**

**4.2. Localización**

El local de fiestas infantiles estará localizado en la capital del Ecuador en la Ciudad del Distrito Metropolitano de Quito, por ser parte del centro de negocios y disponer de accesibilidad hacia los proveedores, materiales, tecnología, servicios básicos, y transporte de implementos.

A continuación se presenta un mapa de la macro localización:

**PAÍS:** Ecuador

**PROVINCIA:** Pichincha / **CANTÓN:** Quito

**PARROQUIA:** San Isidro

**BARRIO:** San Isidro del Inca



**Gráfico 18: Macro localización del Proyecto**

**Fuente: GoogleMaps**

#### 4.1.1 Micro Localización

El lugar físico donde se realizarán los eventos infantiles y oficinas para atención al cliente es en la Parroquia San Isidro del Inca, entre Gardenias y las Fucsias S/N, en el sector Norte de Quito.

Dicho lugar ha sido escogido en base a una matriz de ponderación por puntos, entre dos lugares tentativos para ubicación del local, por lo que se presenta a continuación los resultados obtenidos en la matriz por puntos, el cual consiste en definir los factores principales que influenciarán en la localización óptima del proyecto, se asigna valores ponderados con peso relativo a cada factor hasta obtener un valor total sobre 1, aquel lugar que obtenga el valor más cercano al uno será aquel que se lo considere como la localización óptima a elegir.

**Tabla 18: Matriz de valoración por puntos para Localización Óptima del Proyecto**

San Isidro del Inca

<b>FACTOR</b>	<b>PESO</b>	<b>Calificación</b>	<b>Ponderación</b>
Comunicación	0,20	7	1,40
Disponibilidad de Terreno	0,20	9	1,80
Disponibilidad de suministros	0,20	8	1,60
Mano de obra disponible	0,20	7	1,40
Servicios Básicos	0,10	8	0,80
Transporte	0,10	9	0,90
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>7.9</b>

**Fuente: Investigación Propia**

**Elaborado por: La autora**

Chillogallo:

<b>FACTOR</b>	<b>PESO</b>	<b>Calificación</b>	<b>Ponderación</b>
Comunicación	0,20	6	1,20
Disponibilidad de Terreno	0,20	6	1,20
Disponibilidad de suministros	0,20	5	1,00
Mano de obra disponible	0,20	5	1,00
Servicios Básicos	0,10	7	0,70
Transporte	0,10	7	0,70
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>5,8</b>

**Fuente: Investigación Propia**

**Elaborado por: La autora**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de la matriz de localización óptima por puntos se ha podido indicar que el mejor lugar donde se puede incorporar el espacio físico para el local es en San Isidro del Inca, debido a que esta obtuvo una puntuación total de 7,9 puntos, en comparación con los 5,8 puntos obtenidos en la matriz de valoración al considerar optar por la localización en Chillogallo; por lo que se escoge el primer sitio, es decir San Isidro del Inca para implementar la infraestructura necesaria para incorporar el local.

#### **4.3. Ingeniería y/o concepción arquitectónica del negocio**

Es preciso mencionar que la organización de las distintas áreas tiene que ver con su distribución física, indispensable en ser tomada en cuenta como primer punto ya que se trata de un servicio de cumpleaños y eventos.

El espacio físico de la instalación ocupará un total de 420 metros cuadrados para fiestas infantiles y 60 metros cuadrados para el área de oficinas; ubicadas en la parroquia el Inca, dando un total de 480 metros, dicho espacio se distribuye de la siguiente forma:

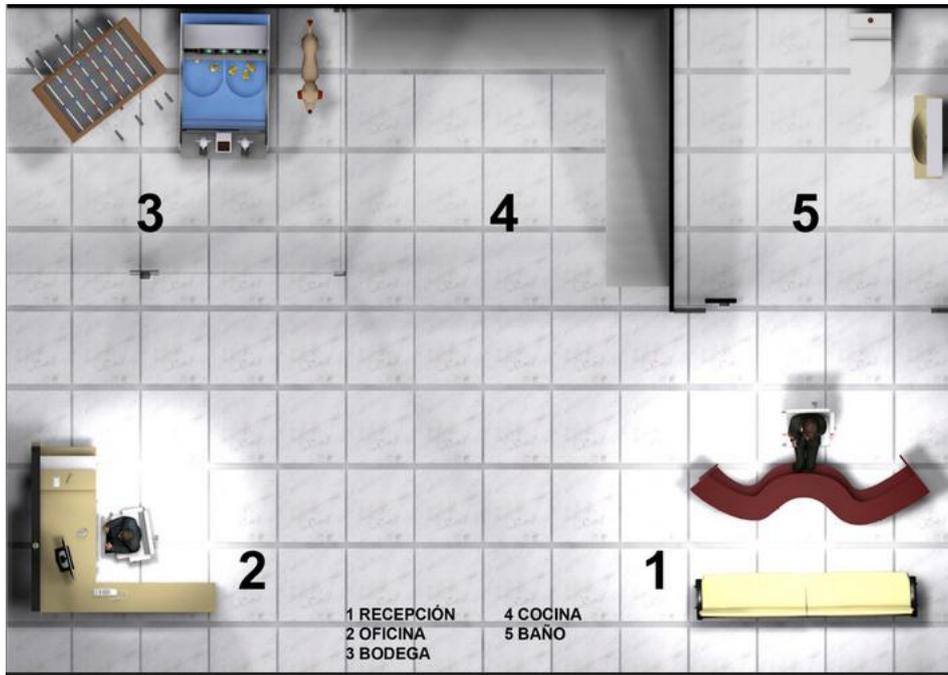
**Tabla 19: Distribución de la planta**

<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>	<b>m 2</b>
Recepción	10 m2
Baño	4 m2
Oficina	16 m2
Cocina	15 m2
Bodega	15 m2
<b>TOTAL</b>	<b>60 m2</b>
<b>ÁREA DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>	<b>M2</b>
Área de alimentación	144 m2
Área para juegos inflables	120 m2
Área verde para juegos recreativos	120 m2
<b>TOTAL</b>	<b>384 m2</b>
Baños	11 m2
Baños	7 m2

**Fuente: Investigación Propia**

**Elaborado por: La autora**

## Distribución de la Planta Área Administrativa



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

**Gráfico 19: Distribución de la Planta Área Administrativa**

**Distribución de la Planta Área de Servicios**



**Gráfico 20: Distribución de la Planta Área de Servicios**

**Fuente: Investigación Propia**

**Elaborado por: La autora**

#### 4.4. Descripción de la tecnología del negocio y su nivel de acceso

##### ▪ Descripción de Equipos

Es posible definir los recursos en equipos, muebles y enseres, así como utensilios necesarios para la puesta en marcha del servicio:

**Tabla 20: Equipo, Maquinaria, y demás instrumentos para puesta en marcha del servicio**

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>
Filmadora	Sony Full HD Pruf de micrófono	1
Refrigerador	Electrolux 545 lt Side by Side Icemaker	1
Lámpara para escenografía	Led de colores Tipo panel 18 w ultra Slim empotrable	20
Amplificador	Deperifoneo corneta más micrófono	1
Micrófono		2
Juegos Inflables	Flumies inflables de varios modelos	3
Vehículo	Mazda camioneta	1

	doble cabina	
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>
Escritorio	Sencillo (madera)	1
Archivador	Metálico de tres gavetas	1
Sillas de oficina	Metálicas	1
Mesa de Reunión	Madera	1
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>
Computadora Intel	Pentium IV Windows 8 memoria 4GB	1
Impresora Epson	Epson 2500	1
Teléfono	Panasonic	1
<b>UTENSILLOS</b>	<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>
Cubiertos	<b>Cucharas cuchillos y tenedores</b>	312
Servilletas	Pacas *12 paquetes pequeñas	40
Platos	Desechables (*24 unidades)	312
Vasos	Desechables (*24 unidades)	1

**Fuente: Investigación Propia**

- **Talento Humano**

Debido a que es una empresa donde se oferta sobre todo servicios es necesario establecer una organización efectiva, y poseer un talento humano especializado en atención y trato cordial al cliente, además está el personal administrativo encargado del desarrollo de estrategias, el talento humano está comprendido por:

Personal Administrativo

- Un gerente
- Una recepcionista y auxiliar contable

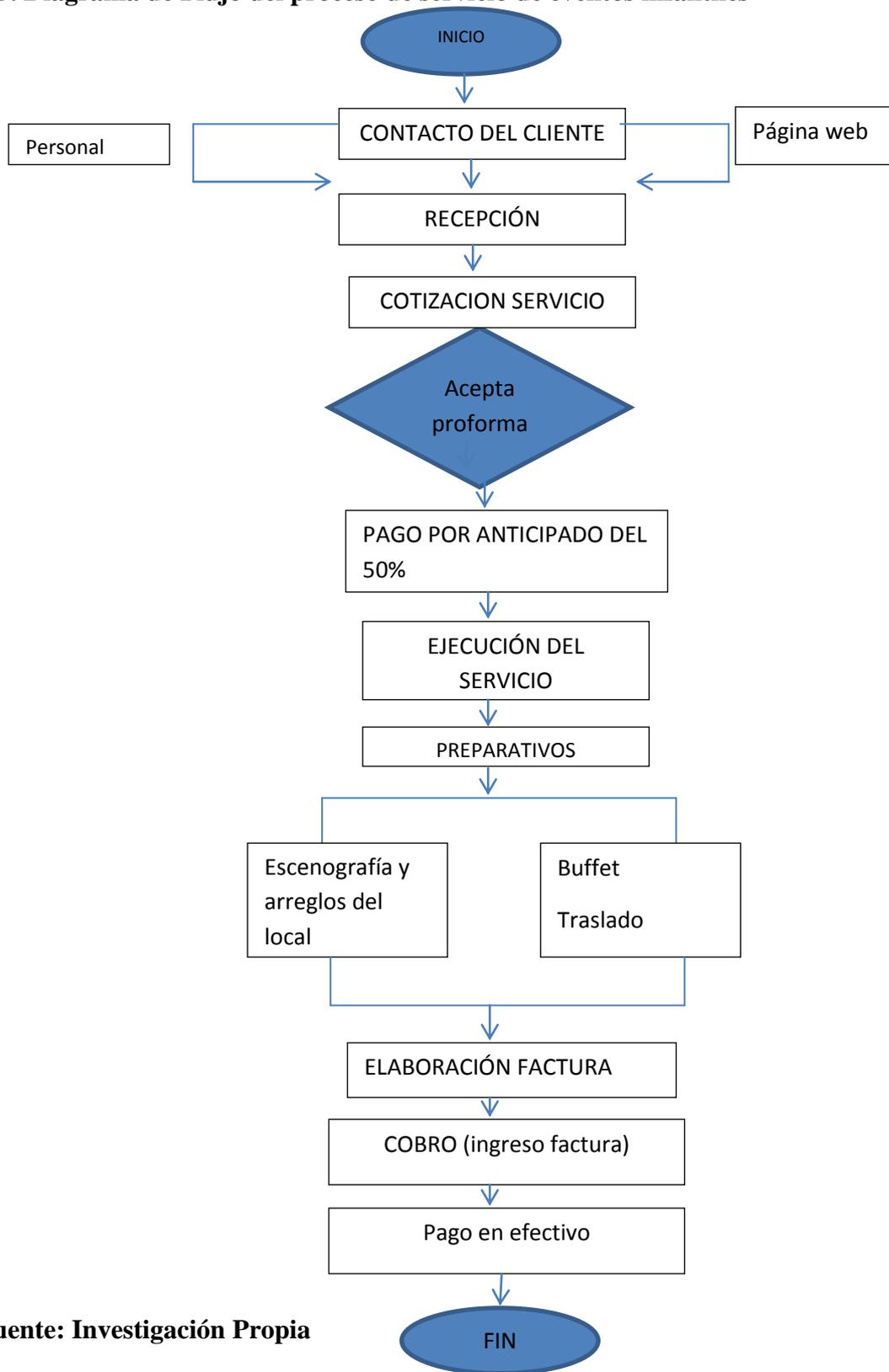
Personal auxiliar

- Dos asistentes de ventas
- Chofer
- Técnico de software y hardware (administrador página web)

Personal de servicios

- Dos participantes evento
- Dos asistentes evento

#### 4.5. Diagrama de Flujo del proceso de servicio de eventos infantiles



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

## CAPÍTULO 5

### MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL

#### 5.1. Diseño Organizacional: Estructura y descripción funcional

##### NOMBRE DE LA EMPRESA

“Chikyparty” CIA LTDA

##### LOGO EMPRESARIAL



##### SLOGANS

FIESTAS INFANTILES CAMPESTRES

ÚNICOS CON ESTILO CAMPESTRE EN INSTALACIONES PROPIAS

##### MISIÓN

Somos una empresa de eventos infantiles pionera en efectuar un encuentro directo con la naturaleza y el medio ambiente, donde los padres de familia, invitados y sobre todo el niño o niña se sientan realmente satisfechos con su fiesta de cumpleaños, gracias a un servicio integral y de gran calidad y eficiencia.

##### VISIÓN

Ser una de las principales empresas en el Norte de Quito que oferte servicios de calidad a aquellas familias que no disponen de tiempo para organizar una fiesta infantil como su hijo o hija lo merece en el año 2016.

## **PRINCIPIOS**

Entre los principales valores organizacionales de CHYKYPARTY CIA LTDA se encuentran:

- ✓ Eficiencia
- ✓ Calidez
- ✓ Atención al cliente
- ✓ Honestidad
- ✓ Cumplimiento
- ✓ Organización óptima
- ✓ Eficacia y eficiencia

## **RAZÓN SOCIAL**

- La empresa CHIKYPARTY CIA LTDA, es una empresa de responsabilidad limitada, tomando en cuenta las siguientes ventajas:
- Es permitido mantener un capital formado por aportes de accionistas, que responden únicamente por el monto de sus acciones
- El capital mínimo no es elevado, y está en \$800
- Se aceptan un mínimo de dos y máximo de quince socios
- La responsabilidad de los socios es limitada, ya que solamente responden al monto de sus aportaciones
- La administración se la hace por revocamiento.
- Todo lo que tiene que ver con tributación, constitución y personería jurídica responde a las disposiciones de la Ley de Compañías.
- Además es dable considerar a la empresa CHIKYPARTY CIA LTDA como una microempresa, ya que contará con únicamente diez empleados entre administrativos, personal auxiliar y de servicios.

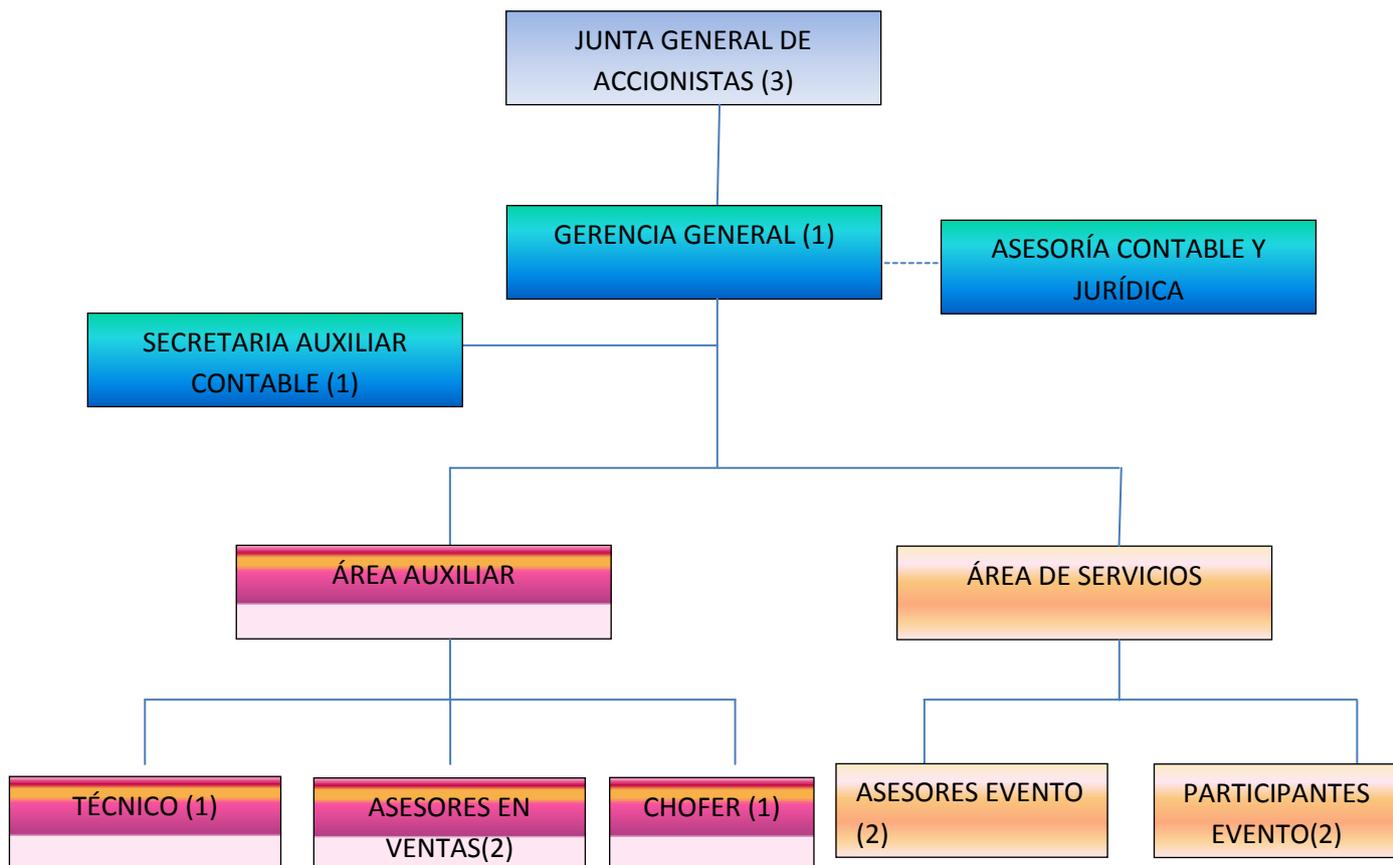
**Domicilio:** De las Gardenias S/N y las Fucsias Quito-Ecuador

**Participaciones:** La compañía entregará las participaciones que corresponden a los aportes de capital en partes iguales, en la cual consta su carácter de no negociable y número de participaciones que corresponden a cada accionista, que se menciona a continuación:

<b>NOMBRE DEL ACCIONISTA</b>	<b>APORTACIÓN (ESPECIES O \$)</b>
Adriana Vásconez	Un terreno avalado en \$90.000, y \$32.419,87 dólares americanos
Héctor Alvarado	\$57.010,00
Miranda Ortega	\$57.010,00

**Fuente: Investigación Propia**

**Organigrama Estructural de la Empresa**



**Fuente: Investigación Propia**

## 5.2 Diseño de perfiles profesionales del personal de la Organización

**Tabla 21: Perfil Gerente General**

<b>CÓDIGO:</b>		<b>001-001</b>
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>		GERENTE GENERAL/ADMINISTRADOR
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>		Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades de la empresa, es nombrado por la Junta General de Accionistas, además tendrá contacto directo con la contadora con el fin de revisar y planificar en base a los resultados financieros contables emitidos.
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dictar políticas y leyes de la empresa.</li> <li>• Discute y aprueba los medios de mayor trascendencia en la empresa.</li> <li>• Convoca a asambleas y a sesiones.</li> <li>▪ Nexo directo para dar informe de actividades y resultados a socios</li> <li>▪ Control y evaluación de las labores realizadas por todos los colaboradores de la empresa</li> <li>▪ Nexo directo con contadora quien revisa en primera instancia los balances presentados antes de ser llevados a la junta, a partir de los cuales establece puntos de mejora expuesto en la junta</li> </ul>		
<b>COMPETENCIAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando.</li> <li>• Actuar con independencia, profesional usando su criterio.</li> <li>• Requiere de iniciativa propia.</li> <li>▪ Imparcialidad, honestidad, liderazgo y aprendizaje continuo, trabajo en equipo</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>		<p>Título Ingeniero Comercial en Administración Empresas o carreras afines.</p> <p>Capacitación en gerencia y liderazgo, gestión de talento humano, servicios y procesos.</p>
<b>EXPERIENCIA MÍNIMA:</b>		3 años en funciones similares

**Fuente: Investigación Propia**

**Tabla 22: Perfil de Secretaria- Auxiliar Contable**

<b>CÓDIGO:</b>		<b>001-002</b>
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>		SECRETARIA-AUXILIAR CONTABLE
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>		Archivo, registros de ingresos y egresos, atención al cliente, está a cargo del registro de eventos, coordinar horarios, estar en contacto directo con el Gerente para el desarrollo en las labores administrativas, y recaudar el dinero de los pagos dados por los padres de familia
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Archivo diario de ingresos y egresos</li> <li>▪ Registro de ingresos y egresos</li> <li>▪ Llevar agenda del gerente</li> <li>▪ Encargada del registro de los pagos e inscripción de eventos.</li> <li>▪ Coordina horarios de eventos acorde con la disponibilidad de recursos</li> <li>▪ Revisión de página web y posibles novedades en la misma</li> </ul>		
<b>COMPETENCIAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puntualidad</li> <li>▪ Honestidad</li> <li>▪ Proactividad</li> <li>▪ Agilidad de registro en base de datos</li> <li>▪ Conocimientos básicos de administración de páginas web</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>		Tecnología en administración, secretariado. Capacitaciones en secretariado, registro de bases de datos, atención al cliente
<b>EXPERIENCIA MÍNIMA:</b>		3 años en funciones similares

**Fuente: Investigación Propia**

**Tabla 23: Perfil de Técnico y Mantenimiento**

<b>CÓDIGO:</b>		<b>001-003</b>
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>		<b>TÉCNICO Y MANTENIMIENTO</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>		Encargado de reparar, supervisar y reparar las fallas de software y hardware de los equipos electrónicos del establecimiento, tanto a nivel de tecnología computacional como del resto de recursos eléctricos.
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Instalación de programas computacionales necesarios para poner en funcionamiento los computadores que permiten realizar el servicio online</li> <li>▪ Administrar de forma técnica la página web de la empresa, apertura a formas de pago, cambio de horarios</li> <li>▪ Reparar toda clase de anomalías que se produzcan en los equipos tecnológicos y eléctricos para prestación del servicio como amplificadores, pcs, micrófonos.</li> </ul>		
<b>COMPETENCIAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pro actividad</li> <li>▪ Ayuda constante</li> <li>▪ Responsabilidad</li> <li>▪ Agilidad para la solución de problemas técnicos</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>	Tecnólogo en sistemas informáticos, cursos en programas de videoconferencia, comunicación, e-commerce, administración de páginas web.	
<b>EXPERIENCIA MÍNIMA:</b>	3 años en funciones similares	

**Fuente: Investigación Propia**

**Tabla 24: Perfil de Asesores en Ventas**

<b>CÓDIGO:</b>		<b>001-004</b>
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>		<b>ASESORES EN VENTAS</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>		Especialistas en captación de nuevos clientes, a través de llamadas telefónicas y verificación de visitas de página web; creando bases de datos sobre los potenciales clientes y clientes existentes.
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Creación de bases de datos de clientes potenciales y existentes</li> <li>▪ Programación con el gerente general de nuevas estrategias publicitarias innovadoras y acordes con la época</li> <li>▪ Llamadas telefónicas y contacto directo con el cliente de servicio</li> <li>▪ Reservación de citas para clientes nuevos y existes.</li> </ul>		
<b>COMPETENCIAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Proactividad</li> <li>▪ Ayuda constante</li> <li>▪ Responsabilidad</li> <li>▪ Atención al cliente</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>	Tecnólogo en marketing, mercadotecnia, cursos de relaciones humanas.	
<b>EXPERIENCIA MÍNIMA:</b>	2 años en funciones similares	

**Fuente: Investigación Propia**

**Tabla 25: Perfil del Chofer**

<b>CÓDIGO:</b>		<b>001-005</b>
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>		<b>CHOFER</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>		Licencia profesional, encargado de llevar y transportar los insumos y recursos necesarios para que el evento pueda ejecutarse, incluidos los snacks, pastel, bocaditos.
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Transportar los recursos necesarios para poner en marcha el evento</li> </ul>		
<b>COMPETENCIAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Proactividad</li> <li>▪ Ayuda constante</li> <li>▪ Responsabilidad</li> <li>▪ Atención al cliente</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>		Bachiller, cursos de manejo, actualización de normas de tránsito
<b>EXPERIENCIA MÍNIMA:</b>		2 años en funciones similares

**Fuente: Investigación Propia**

**Tabla 26: Perfil de Asesores del Evento**

<b>CÓDIGO:</b>	<b>001-006</b>
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	<b>ASESORES DEL EVENTO</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	Personal especializado en logística para organización del evento de manera correcta
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Seguir las normas correctas de organización del evento desde la comida, hasta la organización de sillas, mesas, música, escenografía</li> <li>▪ El día del evento seguir normas de protocolo para el correcto desplazamiento de los adultos y niños en las áreas evitando problemas o desorganización</li> <li>▪ Liderar a los participantes del evento (payasos, mimos)</li> </ul>	
<b>COMPETENCIAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Proactividad</li> <li>▪ Ayuda constante</li> <li>▪ Responsabilidad</li> <li>▪ Atención al cliente</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	
<b>EDUCACIÓN:</b>	Bachiller, cursos de logística en eventos, etiqueta y protocolo
<b>EXPERIENCIA MÍNIMA:</b>	2 años en funciones similares

**Fuente: Investigación Propia**

**Tabla 27: Perfil Participantes Evento**

<b>CÓDIGO:</b>		<b>001-007</b>
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	<b>PARTICIPANTES EVENTO</b>	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	Participación en evento a través de vestimenta y entretenimiento, manejo escénico del evento	
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Repasar varios actos de magia, mimos o payasos, que deberán ser presentados en los eventos dependiendo de la preferencia de los padres de familia</li> <li>▪ Reportar su entrada y salida a recepción</li> <li>▪ Dirigirse de forma periódica a través de las reuniones que se pueden organizar con los asesores del evento para cuadrar horarios, vestuario y tiempos de duración de su acto</li> <li>▪ Vestirse y maquillarse de acuerdo al personaje que van a interpretar</li> </ul>		
<b>COMPETENCIAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Proactividad</li> <li>▪ Ayuda constante</li> <li>▪ Responsabilidad</li> <li>▪ Atención al cliente</li> <li>▪ Escenografía</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>	Bachiller, cursos en escenografía, vestuario y actos de entretenimiento, actuación.	
<b>EXPERIENCIA MÍNIMA:</b>	2 años en funciones similares	

**Fuente: Investigación Propia**

### **5.3 Gerencia de Recursos Humanos, Análisis de subsistemas, políticas de selección, contratación, capacitación, remuneración, Evaluación de Desempeño**

#### **▪ Gerencia de Recursos Humanos**

En cuanto al talento humano, se debe saber que es el principal recurso con el que cuenta toda empresa, y más si esta se trata de ofrecer servicios de eventos ya que se pone énfasis en la calidad del trabajo de los mismos, pues de esto dependerá que el servicio sea el adecuado a las necesidades del cliente; es por ello que se incluye una serie de estrategias para liderar al personal como se menciona a continuación.

#### **▪ Análisis de Subsistemas**

La comunicación entre jefes y subordinados ocupa no solo un organigrama jerárquico vertical, sino también es posible que todas las áreas se complementen y tengan autonomía e independencia propia, es óptimo dar un empoderamiento o empowerment donde cada trabajador decida la forma de hacer su trabajo, siempre que lo haga de la mejor manera posible, lo cual será analizado y medido en un período específico.

#### **▪ Políticas de Selección**

En cuanto a la selección de personal es necesario que la persona cuente con un perfil similar al que se busca a través de los perfiles mencionados anteriormente, además es indispensable no solo que la persona esté preparada de manera intelectual sino emocional; tenga ímpetu y ganas de colaboración, pues este es un valor que hará la diferenciación con la competencia y generará valor agregado a la empresa y sus servicios; si la persona no cumple como mínimo el 80% de lo indicado en el perfil no será contratada.

Además se tomará una prueba de evaluación psicológica que incluye un test laboral, el cual se detalla en los anexos del presente proyecto.

#### **▪ Políticas de Contratación**

Una vez que el trabajador esté dentro de la empresa tendrá la oportunidad de recibir una instrucción verbal y escrita de sus tareas, funciones, labores en donde también se añade la misión, visión, principios y valores de la empresa para que ellos estén empapados desde el inicio de las actividades de la empresa y se sientan motivados a seguir los ideales de la

misma, siendo proactivos y procurando dar lo mejor de sus conocimientos y habilidades físicas e intelectuales.

Dentro de nuestra empresa el personal debe estar orientado a brindar un servicio de calidad el cual debe seguir las siguientes políticas:

- **INTEGRIDAD PERSONAL:** como expresión de disciplina, orden, respeto, honestidad y entusiasmo.
- **CREATIVIDAD E INNOVACIÓN:** como parte de nuestro reto diario para el mejoramiento continuo.
- **PRODUCTIVIDAD:** en nuestro trabajo y en el empleo de los recursos materiales.
- **CONSCIENCIA:** en la práctica de un trabajo libre de errores.
- **COMPROMISO:** leal con la institución y con las realizaciones de calidad.
- **PULCRITUD:** En nuestra presentación personal y de las instalaciones físicas.
- **CONCIENCIA:** De un trabajo individual y de equipo, libre de errores.
- **COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA:** Comunicamos todo de manera sincera, sencilla, precisa, oportuna y personalizada.
- **CUMPLIMIENTO:** Iniciamos la jornada de trabajo acorde a lo acordado con el cliente.
- **CABALIDAD:** Hacemos todo con exactitud y terminamos en el tiempo planificado, cuidando los detalles.

- **Políticas de capacitación**

1. El personal deberá estar dispuesto a recibir un sábado cada mes una capacitación, la misma que previo acuerdo entre gerencia general y personal administrativo se implementará.
2. El personal deberá rendir una prueba de conocimientos en cuanto a atención al cliente o el tema específico del que se trata la capacitación al final de la misma
3. En el caso de no rendir como mínimo 6 sobre 10 puntos en la prueba la persona deberá volver a realizar el curso, capacitación o charla impartida.
4. Todos los colaboradores irán con la disposición de tomar apuntes, notas aclaratorias y mantener la retroalimentación de conocimientos entre capacitador y experiencias evidenciadas.

- **Remuneración**

- **Horarios, Descanso**

1. Hacer uso de sus vacaciones anuales, solicitando por escrito, este derecho en los formularios establecidos para el efecto, de acuerdo con el calendario anual de vacaciones y las demás normas constantes en este reglamento y el código de trabajo.
2. Gozar de las licencias y permisos establecidos en este reglamento, en el manual de talento humano y conforme al Código de Trabajo, el cual se hará con 48 horas de anticipación cuando el caso lo amerite, estos serán por:
  1. Por enfermedad justificada con certificado médico del IESS o casas de salud pública.
  2. Muerte de los parientes comprendidos hasta el segundo grado de consanguinidad (Padres, abuelos, hijos, nietos, hermanos) y segundo de afinidad (Conyugue, Suegros, cuñados).
  3. Accidentes o enfermedades graves que requieran de la hospitalización de los parientes comprendidos dentro del segundo grado de consanguinidad y segundo de afinidad.
  4. Todo hecho que requiera la presencia urgente y necesaria del trabajador en su domicilio a fin de evitar un desastre o una obligación que perjudique.

5. Enfermedades graves del cónyuge conviviente o hijos que requieran de la compañía del trabajador.

Todo permiso deberá tener la justificación adecuada para cada caso a satisfacción total de la empresa.

- **Del Pago de Remuneraciones**

- Recibir remuneración mensual establecida para el puesto que desempeña con todos los beneficios establecidos en el código de trabajo y leyes pertinentes dentro de los plazos establecidos.
- Recibir sueldo variable de acuerdo a cumplimientos de parámetros internos establecidos por la Gerencia General.
- Recibir recompensas y gratificaciones cuando en el desempeño de sus funciones el trabajador haya demostrado eficiencia, responsabilidad, puntualidad; o se destaquen en alguna actividad específica.

- **Obligaciones de los trabajadores**

- Desempeñar con responsabilidad y eficiencia las funciones del cargo asignado de acuerdo con las leyes y disposiciones de sus superiores jerárquicos.
- Cumplir con la jornada de trabajo establecida en la institución de acuerdo al código de trabajo y al presente Reglamento.
- Llevar a conocimiento de sus superiores los hechos o circunstancias que causen o puedan causar daños a la empresa.
- Registrarse puntualmente al ingreso y salida de la institución.
- Para casos de salida por asuntos personales, dentro del horario de trabajo lo podrá realizar utilizando los formatos de solicitud de permisos.
- Cumplir con las normas de Seguridad y Salud del trabajo, higiene industrial, plan de contingencias, manual de riesgos y otras emergencias. Acatando instrucciones de defensa civil y bomberos.

➤ **Prohibiciones de los trabajadores**

- Atentar contra el prestigio de la institución y de sus integrantes; participando en actividades inmorales.
- Realizar o participar en el horario de trabajo: cualquier tipo de juegos de azar, o de otra naturaleza que son prohibidos por ley.
- Abandonar los vehículos, equipos y otros materiales en sitios donde no existe seguridad del caso.

➤ **Evaluación del Desempeño**

Para evaluar el desempeño de cada trabajador al final de cada evento, luego del pago y al final del proceso de servicio, se les hará las siguientes preguntas a los clientes del servicio (padre de familia que hace el pago)

1) Cómo le pareció la organización del evento

Excelente ( )

Muy Buena ( )

Buena ( )

Regular ( )

2) Cómo le pareció la actuación del evento (payasos, mimos o magos)

Excelente ( )

Muy Buena ( )

Buena ( )

Regular ( )

3) Cómo califica el servicio desde la toma del servicio para el evento en recepción

Excelente ( )

Muy Buena ( )

Buena ( )

Regular ( )

4) Cómo calificaría la labor de las personas que se encargaron de los arreglos, protocolo, luminaria y demás detalles:

Excelente ( )

Muy Buena ( )

Buena ( )

Regular ( )

Luego de obtener los resultados mensuales de dicha evaluación, el gerente general se encargará de realizar una reunión donde se incluya a todo el personal y se hable acerca de los resultados de la evaluación y las estrategias que se pueden implementar para hacer generar mejoras a la situación actual.

## **5.4 Análisis del marco normativo**

### **a. Constitución de la empresa**

En el día de hoy, 7 de Diciembre del 2015, se reunieron en la ciudad de Quito los señores Adriana Vásconez con CI: 170809020, Héctor Alvarado con CI: 0129305077 y Miranda Ortega con CI: 1042271390, con el objeto de constituir una compañía de responsabilidad

limitada, como en efecto la constituyen en virtud de este documento y la cual se registrará por las disposiciones contenidas en los Artículos que en seguida se determinan, redactados con suficiente amplitud para que sirvan a la vez de Acta Constitutiva y Estatutos Sociales.

La Compañía de Responsabilidad Limitada se puede contraer entre tres o más personas, que únicamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se debe añadir las palabras "Compañía Limitada" o su abreviatura. En este tipo de compañía el capital está representado por participaciones que son transferibles por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, siempre y cuando se obtenga el consentimiento unánime del capital social. En este tipo de compañía se puede tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles, de comercio o mercantiles, aunque sus integrantes por el hecho de constituirla no adquieren la calidad de comerciantes, se exceptúan las operaciones de bancos, seguros, capitalización y ahorro (societario)

## **TÍTULO I**

### **DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN**

ARTÍCULO PRIMERO: La sociedad se denominará CHIKYPARTY CIA LTDA su domicilio es la ciudad de Quito pudiendo establecer sucursales, agencias, representaciones u oficinas en cualquier otro lugar del país o en el extranjero, cuando así lo decida la Junta Directiva. ARTICULO SEGUNDO: La Compañía tendrá como principal objeto el siguiente: (Ejemplo: compra y venta de bienes raíces o compra y venta de productos de consumo, etc.), y en general podrá dedicarse a toda actividad o negocio lícito, ya que la enumeración descrita no es limitativa de su objeto social. ARTÍCULO TERCERO: La sociedad comenzará su ejercicio al cumplirse con las formalidades legales de su inscripción en el Registro de Comercio y tendrá una duración de años, contados a partir de esa fecha, pudiendo a su vencimiento prorrogarse por un lapso igual, superior o inferior, si así lo resolviere la Asamblea General de Socios.

## **TÍTULO II**

### **CUOTAS SOCIALES Y CAPITAL**

ARTÍCULO CUARTO: El capital de la Compañía es de \$114,020.00 dólares de los Estados Unidos de América más un terreno avalado en \$90.000 dólares cada una. Este capital social ha sido suscrito y pagado en su totalidad. ARTICULO QUINTO: Cada cuota de participación concede a su propietario iguales derechos y obligaciones y da derecho a un voto en las deliberaciones de las Asambleas.

## **TITULO III**

### **DE LAS ASAMBLEAS**

ARTÍCULO SEXTO: La máxima autoridad y dirección de la sociedad está en manos de la Asamblea General de Socios, legalmente constituida, en forma ordinaria o extraordinaria. Sus decisiones acordadas respetando los límites y facultades legales y estatutarias, son obligatorias para todos los socios, inclusive para los que no hubieren asistido a ella, quedando a éstos los derechos y recursos legales pertinentes. ARTÍCULO SÉPTIMO: La Asamblea Ordinaria de Socios se reunirá cada año dentro de los dos primeros meses siguientes al cierre del ejercicio económico y la Asamblea Extraordinaria se reunirá cuando los intereses de la Compañía así lo requieran. ARTÍCULO OCTAVO: Las Asamblea de Socios, Ordinarias o Extraordinarias, se considerarán válidamente constituidas para deliberar, cuando estén representadas en ella, por lo menos el 50 % de las cuotas que componen el capital social y sus decisiones se considerarán válidamente adoptadas. La representación y la mayoría convenida en esta cláusula se requerirán para cualquier objeto sometido a la Asamblea de Socios, inclusive los previstos por el Artículo 280 del Código de Comercio. La Asamblea de Socios será presidida por el presidente.

ARTÍCULO NOVENO: Son atribuciones de la Asamblea Ordinaria: a) Elegir la Junta Directiva y su Suplente, el Comisario y su Suplente y fijarles sus remuneraciones. b) Discutir y aprobar o modificar el Balance General de la compañía y el estado de Ganancias y Pérdidas con base en el Informe del Comisario. c) Decidir con respecto al reparto de Dividendos y a la constitución del fondo de reservas especiales. d) Cualesquiera otras atribuciones que la Ley le fije.

## **TÍTULO IV**

### **DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA COMPAÑÍA**

ARTÍCULO DÉCIMO: La Dirección de administración de la compañía corresponde a la Junta Directiva integrada por dos miembros, quienes pueden ser o no socios de la sociedad y serán elegidos por la Asamblea de Socios, la cual designará sus respectivos suplentes, quienes llenarán las faltas temporales o absolutas de sus principales.

ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO: La Junta Directiva durará cuatro años en el ejercicio de sus funciones y sus miembros podrán ser reelegidos.

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO: Los dos socios tienen conjuntamente las más amplias facultades de administración y disposición y especialmente quedan facultados para lo siguiente: a) Convocar las Asambleas, fijar las materias que en ellas deben tratarse, cumplir y hacer cumplir sus decisiones. b) Establecer los gastos generales de administración y planificar los negocios de la sociedad, e) Reglamentar la organización y funcionamiento de las oficinas, agencias y sucursales de la compañía y ejercer su control y vigilancia. d) Nombrar y remover el personal requerido para las actividades y negocios de la empresa, fijando sus remuneraciones y cuidar que cumplan con sus obligaciones. e) Contratar, cuando lo estimen conveniente, los servicios de Asesores para la realización de una o más negociaciones y operaciones sociales, estableciendo al mismo tiempo las condiciones y

demás modalidades bajo las cuales éstos deberán desempeñar sus actividades. f) Constituir Apoderado o Apoderados especiales, fijándoles todas las atribuciones que fueren pertinentes en defensa de los intereses de la compañía para el caso o los casos para los cuales fueren designados. g) Elaborar el Balance, el Inventario General y estado de Pérdidas y Ganancias e informe detallado que deben presentar anualmente a la Asamblea Ordinaria sobre la administración de la compañía. h) Calcular y determinar el dividendo por distribuir entre los socios, acordar y fijar la oportunidad de su pago y establecer el monto de los aportes que creyeren convenientes para fondos de reserva o garantía, todo lo cual someterán a la Asamblea Ordinaria para su consideración y aprobación. i) Representar a la compañía en todos los negocios y contratos con terceros en relación con el objeto de la sociedad. j) Arrendar los bienes de la compañía, aún por plazos mayores de dos (2) años. k) Abrir, movilizar y cerrar cuentas corrientes o depósitos; girar, aceptar y endosar cheques, letras de cambio o pagarés a la orden de la compañía y retirar por medio de tales instrumentos o en cualquier otra forma los fondos que la compañía tuviere depositados en Bancos, Institutos de Créditos, Casas de Comercio, etc.) l) Solicitar y contratar los créditos bancarios que requiera la compañía. m) Y en general, efectuar cualesquiera y todos los actos usuales y normales de gestión, administración y disposición de la compañía, con excepción de constituir a la sociedad en fiadora o avalista de obligaciones ajenas a sus propios negocios, facultad ésta que se reserva expresamente a la Asamblea de Socios.

## **TÍTULO V**

**DE LA CONTABILIDAD, BALANCE Y UTILIDADES ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO:** La contabilidad de la sociedad se llevará conforme a la Ley. La Junta Directiva y el Comisario cuidarán de que ella se adapte a las normas establecidas en la Legislación Venezolana. **ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO:** El ejercicio económico de la compañía se inicia el primero de enero de cada año y termina el 31 de diciembre del mismo. El primer ejercicio comienza el día de la inscripción del documento constitutivo y termina el 31 de diciembre del 2016. **ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO:** El día 31 de diciembre de cada año se liquidarán y cortarán las cuentas y se procederá a la elaboración del Balance correspondiente, pasándose dicho recaudo al Comisario con un (1) mes de anticipación a la Reunión de la Asamblea

General de Socios. Verificado como haya sido el Balance y estado de pérdidas y ganancias, las utilidades líquidas obtenidas se repartirán así: a) El 15% de participación a trabajadores, y el 22% del impuesto a la renta. El remanente quedará a disposición de la Asamblea de Socios para ser distribuido en la forma que ésta resuelva, después de oída la Junta Directiva sobre el dividendo que deba repartirse a los socios. Los dividendos que no fueren cobrados en la fecha de su exigibilidad no devengarán interés alguno.

## **TÍTULO VII**

### **DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS**

ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO: En todo lo no previsto en este documento se aplicarán las disposiciones establecidas en las normativas de la Superintendencia de Compañías y demás entidades inmersas en la legalidad del funcionamiento de compañías. En este mismo acto la Asamblea Constitutiva designó para el periodo de 4 años, contados a partir de 7 de Diciembre del 2015 la Junta Directiva de la Sociedad, la cual quedó integrada así: Adriana Vásquez Presidenta de la Junta, y Héctor Alvarado como Vicepresidente y Miranda Ortega accionistas.

Firmas.

---

Adriana Vásquez

---

Héctor Alvarado

---

Miranda Ortega

## b. Entes reguladores, Principales Disposiciones y Regulaciones al Negocio

**Tabla 28: Regulaciones del Negocio**

PERMISO	ENTIDAD	PAGO
Permiso Sanitario	Ministerio de Salud	Anual
Certificado de Salud Empleados	Ministerio de Salud	Anual
Patente	Municipio	Anual
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual
Licencia Ambiental	Municipio	Anual

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2014) **Elaborado por:** El autor

Además cabe mencionar que se requiere las declaraciones y anexos del SRI (Servicio de Rentas Internas), como aquella entidad pública encargada del cobro de tributos o impuestos por parte de personas naturales y jurídicas, necesarias también para seguir en operación.

**Tabla 29: Permisos SRI**

PERMISO	ENTIDAD	PAGO
Declaración de Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Anual
Anexos Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Anual
Anticipo Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Jul / Sep
Retenciones en la Fuente – Renta	Servicio de Rentas Internas	Mensual

Impuesto Consumos Especiales – ICE	Servicio de Rentas Internas	Mensual
Anexos Transaccionales (IVA/ICE/Renta)	Servicio de Rentas Internas	Mensual
Declaración Patrimonial	Servicio de Rentas Internas	Mensual

**Fuente:** (IESS, 2015)    **Elaborado por:** El autor

Otras obligaciones legales son los pagos al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Ministerio de Trabajo y los valores a cancelar que por ley tienen derecho los empleados ya sea de forma mensual o anual y que están dentro de las obligaciones de la empresa turística YucavilLodge CIA LTDA.

**Tabla 30: Pagos IESS**

PERMISO	ENTIDAD	PAGO
Décimo Cuarto Sueldo	Empleados	Anual
Presentar planilla de pago 14vo. Sueldo	Ministerio de Trabajo	Anual
Décimo Tercer Sueldo	Empleados	Anual
Presentar Planilla de pago 13vo. Sueldo	Ministerio de Trabajo	Anual
Fondos de Reserva	IESS	Anual
Pagar 15% de Utilidades	Empleados	Anual
Presentar planilla de pago 15% Utilidades	Ministerio de Trabajo	Anual
Uniformes para el Personal	Empleados	Anual

Remuneraciones a empleados	Empleados	Mensual
Aportes Seguro Social Empleados	IESS	Mensual
Repartir 10% por Servicio	Empleados	Mensual
Presentar Planilla de Pago 10%	Inspectorías de Trabajo	13ro/14to/Uti
Aplicar porcentaje de discapacitados en nómina	Ministerio de Trabajo	Permanente
Tener dispensador de Preservativos	Ministerio de Salud	Permanente

**Fuente:** (IESS, 2015)    **Elaborado por:** El autor

## CAPÍTULO 6

### DETERMINACIÓN DE COSTOS

#### 6.1. Costos de Inversión

- Costos de Inversión

Es posible determinar los costos exactos de invertir en el proyecto, como se menciona a continuación:

**Tabla 31: Costos de Inversión**

<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>	<b>VALOR INVERSIÓN</b>
Vehículos	24.200,00
Terreno	90.000,00
Propiedad	55.000,00
Muebles y Enseres	8.530,00
Maquinaria equipos	5.400,00
Equipo de computación	20.890,00
<b>TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>	<b>204.020,00</b>

**Fuente: Investigación Propia**

Para la inversión del proyecto se requiere un total de \$204.020,00

En maquinaria, vehículos, terreno, muebles y equipos necesarios para emprender el negocio.

**Tabla 32: Costos Detallados de Inversión**

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL INVERSIÓN
Terreno	Unidades	1	\$90.000	\$9.0000
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL INVERSIÓN
Edificio	Unidades	1	\$55.000	\$55.000
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL INVERSIÓN
Vehículos	Unidades	1	\$ 24.200,00	\$ 24.200,00
MUEBLES Y ENSERES				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL INVERSIÓN
Escritorios	unidades	5	\$ 130,00	650
Sillas	unidades	50	\$ 35,00	1750
Archivadores	unidades	4	\$ 120,00	480
Micro ondas	unidades	1	\$ 180,00	180
Cafeteras	Unidades	2	\$ 80,00	160
Congeladores	unidades	2	\$ 1.800	3600
Juegos de vajillas	unidades	15	\$ 50,00	750
Perchas	Unidades	12	\$ 60,00	720
Juegos de cocina	Unidades	4	\$ 60,00	240
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>\$8.530,00</b>
EQUIPOS DE COMPUTACION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL INVERSIÓN
Laptop HP	unidades	2	800	1600
Pc's Intel Core i7	unidades	1	\$ 750,00	750
Proyectores Epson	unidades	2	\$ 500,00	1000
Teléfonos	unidades	5	\$ 18,00	90
Servidores Hp datos	unidades	1	\$ 2.000,00	2000
Filmadoras	unidades	3	\$ 450,00	1350
Central telefonía	unidad	1	\$ 500,00	500
Rack de comunicaciones	Unidades	1	\$ 600,00	600
Sistema de amplificación y luces	unidades	2	\$ 5.500,00	11000
Impresoras/copiadora/escáner Ricoh Color	unidades	1	\$ 2.000,00	2000
				0
<b>TOTAL EQ COMPUTACION</b>				<b>\$ 20.890,00</b>
Maquinaria y equipos				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL INVERSIÓN
Inflable juegos		2	1500	3000
inflable propaganda		3	800	2400
<b>Total</b>				<b>\$5.400,00</b>

**Fuente: Investigación Propia**

Del total de inversión los \$90.000 es para el terreno, el cual ya fue donado por Adriana Vásquez, socia de la empresa; sin embargo es necesario incluir el rubro total dentro; \$55.000 de edificio, \$24.200,00 en vehículo para transportar los materiales y materias primas necesarias para las fiestas infantiles, \$8.530,00 en muebles y enseres, \$20.890,00 en equipos de computación y un total de \$5.400,00 en maquinaria y equipo.

- **Capital de Trabajo**

**Tabla 33: Capital de Trabajo año 1**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR ANUAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
Gasto Sueldos personal	\$ 76.781,71	\$ 6.398,48
Gastos Servicios Básicos	\$ 1.872,00	\$ 156,00
Suministros de Oficina	\$ 1.926,00	\$ 160,50
Suministros de Limpieza	\$ 635,40	\$ 52,95
Publicidad	\$ 4.606,40	\$ 383,87
Gastos de Constitución	\$ 2.350,00	\$ 195,83
<b>TOTAL CAP. DE TRABAJO</b>	<b>\$ 88.171,51</b>	<b>\$ 7.347,63</b>
<b>CAP DE TRABAJO * TRI</b>		
<b>MESTRE</b>	<b>\$ 29.390,50</b>	

**Fuente: Investigación Propia**

El capital de trabajo es aquel que permite dar funcionamiento a las actividades del negocio para lo cual se necesita un total de \$29.390,00.

- **Sueldos y Salarios**

**Tabla 34: Sueldos Trabajadores Proyectados al año 5**

<b>CARGO</b>	<b>SUELDO AÑO 1</b>	<b>SUELDO AÑO 2</b>	<b>SUELDO AÑO 3</b>	<b>SUELDO AÑO 4</b>	<b>SUELDO AÑO 5</b>
Gerente	\$ 13.828,20	\$ 14.241,01	\$ 14.782,14	\$ 15.344,37	\$ 15.928,53
Contadora	\$ 4.404,66	\$ 4.372,26	\$ 4.372,26	\$ 4.372,26	\$ 4.372,26
Secretaria	\$ 5.840,63	\$ 6.008,51	\$ 6.228,56	\$ 6.457,20	\$ 6.694,76
Técnico	\$ 6.797,94	\$ 6.995,17	\$ 7.253,71	\$ 7.522,33	\$ 7.801,43
Ventas	\$ 14.194,20	\$ 14.607,01	\$ 15.148,14	\$ 15.710,37	\$ 16.294,53
Chofer	\$ 5.840,63	\$ 6.008,51	\$ 6.228,56	\$ 6.457,20	\$ 6.694,76
Personal actoral	\$ 14.194,20	\$ 14.607,01	\$ 15.148,14	\$ 15.710,37	\$ 16.294,53
Personal de apoyo	\$ 11.681,26	\$ 12.017,01	\$ 12.457,13	\$ 12.914,41	\$ 13.389,52
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 76.781,71</b>	<b>\$ 78.856,50</b>	<b>\$ 81.618,64</b>	<b>\$ 84.488,51</b>	<b>\$ 87.470,31</b>

**Fuente: Investigación Propia**

Los sueldos y salarios se calcularon en base a los colaboradores tanto administrativos, como del área auxiliar y del servicio; para dan un total de \$76.781,71 , para lo siguientes años se realiza un incremento del 3,9%, porcentaje del promedio de inflación de los cinco últimos años en el Ecuador.

- **Gastos servicios básicos**

**Tabla 35: Gastos servicios básicos año 0**

<b>DETALLE/SERVICIO</b>	<b>AGUA</b>	<b>LUZ</b>	<b>INTERNET</b>
Unidad	m <sup>3</sup>	kw*H	cuota/mes 1 MB
Cantidad utilizada	150	300	400
Costo unitario	0,32	0,2	0,12
Costo Mes (Q*Co)	48	60	48
Costo Año	576	720	576
<b>TOTAL SERVICIOS BÁSICOS</b>			<b>1872</b>

**Fuente: Investigación Propia**

Los servicios básicos para el primer año de funcionamiento suman un total de \$1.872 al año entre agua, luz e internet; no se considera dentro al teléfono ya que el giro del negocio y la publicidad está enfocada de manera presencial en atender al cliente y también por medio del internet, como ya se ha explicado.

**Tabla 36: Proyección de servicios básicos al año 5**

DETALLE	AÑO 1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
AGUA	576	595,01	614,64	634,93	655,88
LUZ	720	743,76	768,30	793,66	819,85
INTERNET	576	595,01	614,64	634,93	655,88
TOTAL	1872,00	1933,78	1997,59	2063,51	2131,61

**Fuente: Investigación Propia**

Se proyectó los servicios básicos con el 3,3% de inflación promedio de los cinco últimos años en Ecuador, hasta el año 5 de funcionamiento, más 0,6% que cada año la empresa incrementaría en sueldos para incentivos en sus trabajadores, dando un total de 3,9%.

### Suministros de oficina

**Tabla 37: Detalle Suministros de Oficina**

DETALLE	CANTIDAD *AÑO	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
FACTURAS (paquete *200)	4	\$ 12,00	\$ 48,00
RETENCIONES (paquete*100)	4	\$ 15,00	\$ 60,00
RECIBOS (paquete*200)	2	\$ 6,00	\$ 12,00
RESMAS DE PAPEL BOND (250 hojas)	50	\$ 5,00	\$ 250,00
GRAPADORAS	5	\$ 10,00	\$ 50,00
PERFORADORAS	5	\$ 14,00	\$ 70,00
SELLOS PROFESIONALES	5	\$ 5,00	\$ 25,00
ESFEROS	120	\$ 0,30	\$ 36,00
BORRADORES	40	\$ 0,25	\$ 10,00
TINTA LIQUIDA	50	\$ 0,80	\$ 40,00
TONER RICO B/N COLOR	12	\$ 105,00	\$ 1.260,00
MARCADORES	30	\$ 0,50	\$ 15,00
LIBRETA DE APUNTES	15	\$ 2	\$ 30
BASUREROS	10	\$ 2	\$ 20
TOTAL			\$ 1.926

**Fuente: Investigación Propia**

Los suministros de oficina suman un total de \$1.926 en el primer año de funcionamiento, tomando en cuenta todos los rubros necesarios para el área administrativa.

**Tabla 38: Proyección suministros de oficina al año 5**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Suministros de oficina	\$ 1.926,00	1989,56	2055,21	2123,04	2193,10

**Fuente: Investigación Propia**

Se realiza una proyección anual de los suministros de oficina, en base a la inflación promedio de los cinco últimos años del 3,3%.

Suministros de Limpieza

**Tabla 39: Detalle Suministros de limpieza**

DETALLE	CANTIDAD *AÑO	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Escobas	24	\$ 2,00	\$ 48,00
Trapeadores (unidades)	24	\$ 2,30	\$ 55,20
Jabón de baño (unidades)	84	\$ 0,80	\$ 67,20
Papel Higiénico(4 UNIDADES* PAQUETE)	105	\$ 3,00	\$ 315,00
fundas de basura (paquetes)	14	\$ 3,00	\$ 42,00
desinfectante (galones)	12	\$ 5,00	\$ 60,00
líquido para muebles (litros)	12	4	\$ 48,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 635,40</b>

**Fuente: Investigación Propia**

Los suministros de oficina suman un total \$635,40 entre todos los implementos de aseo y limpieza necesarios para mantener la infraestructura.

**Tabla 40: Proyección Suministros de Limpieza al año 5**

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Útiles de aseo	\$ 635,40	\$656,37	\$678,03	\$700,40	\$723,52

**Fuente: Investigación Propia**

Se ejecuta una proyección anual de suministros de limpieza, en base a la inflación promedio de los últimos 5 años de 3,3%

## Publicidad

**Tabla 41: Detalle publicidad y proyección comparativa al año 5**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Página Web	\$1800	\$1859,4	\$960,3801	\$992,07264	\$1024,811
Flyers	\$2000	\$2066	\$2134,178	\$2204,6059	\$2277,358
Publicidad empresarial facebook	\$806,4	\$833,0112	\$645,37543	\$666,67282	\$688,673
<b>TOTAL</b>	<b>\$4606,4</b>	<b>\$4758,4112</b>	<b>\$3739,9335</b>	<b>\$3863,3513</b>	<b>\$3990,842</b>

**Fuente: Investigación Propia**

La publicidad también se proyecta según las páginas web páginas de Facebook y flyers de \$4.606,40 para el año 1 y sigue incrementando con el 3.3% como promedio de la inflación de los cinco últimos años.

## Gasto de Constitución

**Tabla 42: Gastos de Constitución**

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	VALOR INVERSIÓN
Patente municipal	\$250,00
Constitución de la compañía	\$2.000,00
LUAE (Licencia única de funcionamiento)	\$100,00
<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	<b>\$2.350,00</b>

**Fuente: Investigación Propia**

Los gastos de constitución dan un total de 2.350,00 que son los gastos legales necesarios para constituir la empresa y ponerla en funcionamiento.

## Costos de Servicios y de Ventas

**Tabla 43: Costos de Servicios y Ventas comparativo hasta el año 5**

AÑOS	AÑO 1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
NIÑOS cumpleaños	480	488	496	505	513
Invitados y cumpleaños	15	15	15	15	15
Total niños	7200	7320	7440	7575	7695
Costo por fiesta	\$68,2166667	\$70,8771167	\$73,6413242	\$76,5133359	\$79,497356
Costo total insumos	\$32.744,00	\$34.588,0329	\$36.526,0968	\$38.639,2346	\$40.782,1436
Mano de obra directa	\$40.069,656	\$41.231,0388	\$42.753,4053	\$44.335,1441	\$45.978,5708
Costo total	\$72.813,656	\$75.819,0718	\$79.279,5021	\$82.974,3788	\$86.760,7144

Costo MO*niño	\$5,56523	5,63265558	5,74642545	5,85282431	5,97512291
---------------	-----------	------------	------------	------------	------------

### Costo de Ventas

Años	AÑO 1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
No de fiestas	480	488	496	505	513
Costo de fiestas	151,695117	155,36695	159,837706	164,305701	169,1242
costo total fiestas	\$72.813,656	75.819,0718	79.279,5021	82.974,3788	86.760,7144
PV Fiestas por grupo por 15 niños	\$455,08535	466,100851	479,513118	492,917102	507,372599
Total ingresos Ventas	\$21.8440,968	22.7457,215	23.7838,506	24.8923,136	26.0282,143

**Fuente: Investigación Propia**

Los costos de servicios y ventas dan un total de \$21.8440,968 para el primer año de funcionamiento, de acuerdo al crecimiento promedio de la demanda efectiva, vista en el capítulo dos de la demanda.

## Gastos Fijos y Variables de Servicio, Administración y Ventas

**Tabla 44: Gastos de Generación de Servicio, Administrativos y Ventas (Costos Fijos y Variables) al año 5**

Gastos de generación del servicio	año1	año2	año3	año4	año5
<b>Gastos fijos</b>					
Internet					
Arriendos					
<b>Gastos variables</b>					
Mano de obra	32.673,40	41.231,04	42.753,41	44.335,14	45.978,57
Materias primas	32.744,00	34.588,03	36.526,10	38.639,23	40.782,14
<b>Gastos sueltos</b>					
Agua					
energía eléctrica					

<b>Gastos administración</b>	<b>año1</b>	<b>año2</b>	<b>año3</b>	<b>año4</b>	<b>año5</b>
<b>gastos fijos</b>					
<b>Gasto de constitución</b>	2.350,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Sueldos</b>	29.914,12	30.630,29	31.611,53	32.631,04	33.690,31
<b>Agua</b>	576,00	595,01	614,64	634,93	655,88
<b>Energía eléctrica</b>	720,00	743,76	768,30	793,66	819,85
<b>Gastos internet</b>	576,00	595,01	614,64	634,93	655,88
<b>Gastos variables</b>					
<b>Materiales de aseo</b>	635,40	656,37	678,03	700,40	723,52
<b>Materiales y suministros</b>	1.926,00	1.989,56	2.055,21	2.123,04	2.193,10
	45.461,48				

<b>Gastos ventas</b>	<b>año1</b>	<b>año2</b>	<b>año3</b>	<b>año4</b>	<b>año5</b>
<b>Gastos fijos</b>					
<b>Publicidad</b>	4.606,40	4.758,41	3.739,93	3.863,35	3.990,84
<b>Sueldos</b>	14.194,20	14.607,01	15.148,14	15.710,37	16.294,53
<b>Gastos variables</b>					
<b>Gastos logística</b>					
<b>Total gasto ventas</b>	18.800,60	19.365,43	18.888,07	19.573,72	20.285,37

**Fuente: Investigación Propia**

Del total de gastos fijos y variables del servicio, se requiere un total de \$18.800,60 para el año 1, y sigue en aumento según el incremento de la demanda efectiva.

**Tabla 45: Cálculo del Punto de Equilibrio**

<b>Costo total</b>	<b>129.679,48</b>		
<b>C F</b>	61.700,68	61.700,68	61.700,68
<b>CT</b>	61.700,68	95690,07712	129.679,48
<b>Ventas</b>	0	109220,484	218440,968

<b>Costo Fijo</b>	<b>\$ 61.700,68</b>
<b>Costo Variable</b>	<b>\$ 67.978,80</b>
<b>Ventas</b>	<b>\$ 218.440,97</b>
<b>Punto de equilibrio</b>	
<b>V</b>	<b>\$ 89.577,04</b>
<b>Q</b>	<b>197</b>
<b>PV</b>	<b>\$ 455,09</b>

**Fuente: Investigación Propia**

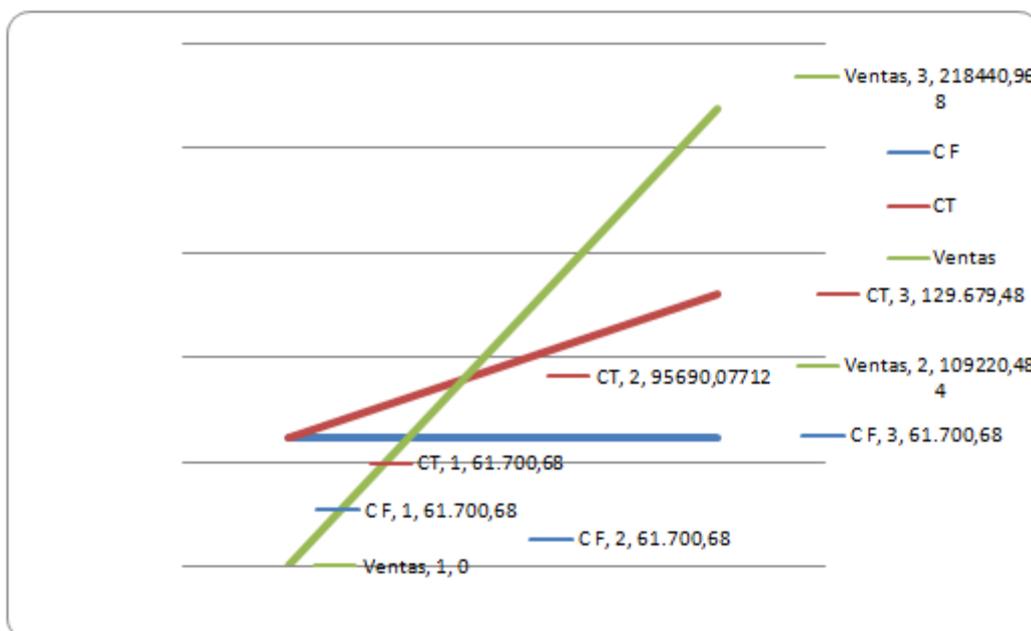
Para calcular el punto de equilibrio es necesario utilizar la siguiente fórmula:

$$\begin{array}{r}
 \text{PE} = \frac{\text{costo fijo}}{1 - \text{costo variable}} \\
 = \frac{61.700,68}{218440,968 - 61.700,68} \\
 = \$89.577,0405
 \end{array}$$

= 197 fiestas infantiles

**Fuente: Investigación Propia**

El punto de equilibrio dio un total de \$89.577,04 para el primer año de funcionamiento, es decir cuando se obtiene que las pérdidas son iguales a los ingresos, es en \$89.577,04.



**Gráfico 21: Punto de Equilibrio**

**Fuente: Investigación Propia**

El gráfico del punto de equilibrio simboliza exactamente cuando las pérdidas son iguales a las ganancias, justamente en el punto donde interceden los costos y los ingresos, que se da en \$89.577,04 , cuando se tienen un total de 197 fiestas infantiles en total.

## CAPÍTULO 7

### EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

#### a) Cálculo y Determinación de la tasa de descuento del proyecto

La TMAR es la Tasa Mínima de Retorno Permitida, o de Descuento mínima; dentro de la cual se incluyen la fórmula para su cálculo que se detalla a continuación:

**Tabla 46: TMAR Simple y Mixta**

**TMAR SIMPLE=**  $TLR+PR+(TLR*PR)$

Riesgo País(TLR)	Premio al Riesgo(PR)	(TLR*PR)	TMAR SIMPLE
8,37%	5%	0,42%	13,79%

**TMAR MIXTA=**  $I \text{ del préstamo} * \% \text{ Fuentes Externas} + \text{TMAR simple} * \% \text{ Fuentes propias}$

i préstamo	% fuentes externas	TMAR simple	% fuentes propias	TMAR MIXTA
11,00%	0,00%	13,79%	100%	13,79%

**Fuente: Investigación Propia**

#### b) Cálculo de Indicadores de Rentabilidad (VAN, TIR, Período de Recuperación)

- VAN

Llamado Valor Actual Neto, donde se lleva a valor presente todos los flujos de fondos de cada periodo para comprobar su rentabilidad.

Tabla 47: VAN

Tasa de descuento	13,79%
Período	Flujo de Fondos
0	<b>-\$ 236.439,87</b>
1	\$ 59.319,06
2	\$ 66.023,95
3	\$ 72.518,46
4	\$ 75.199,50
5	\$ 78.939,14

**Fuente: Investigación Propia**

El VAN para el presente proyecto da un total de \$59.319,06 para el año uno, es decir el valor actualizado al presente significa dicha cantidad y seguirá en incremento para los próximos años.

VAN > 0 EL PROYECTO ES ACEPTABLE

VAN año 1 = 59.319,06

Resultado = Proyecto factible

- TIR

**Tabla 48: TIR**

i=			14,15%		40%
AÑO	FLUJO NETO	FACT. ACTUAL	VAN (MENOR)	FACT. ACTUAL	VAN 1 (MAYOR)
0			-236.439,87		-37.434,84
1	\$ 59.319,06	0,876113979	\$ 51.970,26	\$ 0,63	\$ 37.074,41
2	\$ 66.023,95	0,767575704	\$ 50.678,38	\$ 0,39	\$ 25.790,61
3	\$ 72.518,46	0,672483804	\$ 48.767,49	\$ 0,24	\$ 17.704,70
4	\$ 75.199,50	0,589172461	\$ 44.305,47	\$ 0,15	\$ 11.474,53
5	\$ 78.939,14	0,516182229	\$ 40.746,98	\$ 0,10	\$ 7.528,22
	\$ 352.000,11		\$ 28,71		\$ 62.137,64

**Fuente: Investigación Propia**

La TIR (Tasa Interna de Retorno), es aquella tasa de descuento que se obtiene al comparar la TMAR (Tasa mínima de retorno) con la esperada del proyecto.

Para el mismo, se ha obtenido que la TIR será de 14,15%.

TIR > TMAR = PROYECTO ACEPTADO

14,15% > 13,79%

RESPUESTA = EL PROYECTO ES ACEPTADO

**c) Análisis de Sensibilidad**

**Tabla 49: Análisis de Sensibilidad**

Ventas	218440,968											
Costo fijo	61700,67912											
costo variable	67978,796											
Ganacias	88761,49288	90000	91000	92000	93000	94000	95000	96000	97000	98000	99000	100000
Costos variables	30000	-1700,6791	-700,67912	299,320875	1299,32088	2299,32088	3299,32088	4299,320875	5299,32088	6299,32088	7299,32088	8299,32088
	30020	-1720,6791	-720,67912	279,320875	1279,32088	2279,32088	3279,32088	4279,320875	5279,32088	6279,32088	7279,32088	8279,32088
	30040	-1740,6791	-740,67912	259,320875	1259,32088	2259,32088	3259,32088	4259,320875	5259,32088	6259,32088	7259,32088	8259,32088
	30060	-1760,6791	-760,67912	239,320875	1239,32088	2239,32088	3239,32088	4239,320875	5239,32088	6239,32088	7239,32088	8239,32088
	30080	-1780,6791	-780,67912	219,320875	1219,32088	2219,32088	3219,32088	4219,320875	5219,32088	6219,32088	7219,32088	8219,32088
	30100	-1800,6791	-800,67912	199,320875	1199,32088	2199,32088	3199,32088	4199,320875	5199,32088	6199,32088	7199,32088	8199,32088
	30120	-1820,6791	-820,67912	179,320875	1179,32088	2179,32088	3179,32088	4179,320875	5179,32088	6179,32088	7179,32088	8179,32088
	30140	-1840,6791	-840,67912	159,320875	1159,32088	2159,32088	3159,32088	4159,320875	5159,32088	6159,32088	7159,32088	8159,32088
	30160	-1860,6791	-860,67912	139,320875	1139,32088	2139,32088	3139,32088	4139,320875	5139,32088	6139,32088	7139,32088	8139,32088
	30180	-1880,6791	-880,67912	119,320875	1119,32088	2119,32088	3119,32088	4119,320875	5119,32088	6119,32088	7119,32088	8119,32088
	30200	-1900,6791	-900,67912	99,3208753	1099,32088	2099,32088	3099,32088	4099,320875	5099,32088	6099,32088	7099,32088	8099,32088
	30220	-1920,6791	-920,67912	79,3208753	1079,32088	2079,32088	3079,32088	4079,320875	5079,32088	6079,32088	7079,32088	8079,32088
	30240	-1940,6791	-940,67912	59,3208753	1059,32088	2059,32088	3059,32088	4059,320875	5059,32088	6059,32088	7059,32088	8059,32088
	30260	-1960,6791	-960,67912	39,3208753	1039,32088	2039,32088	3039,32088	4039,320875	5039,32088	6039,32088	7039,32088	8039,32088
	30280	-1980,6791	-980,67912	19,3208753	1019,32088	2019,32088	3019,32088	4019,320875	5019,32088	6019,32088	7019,32088	8019,32088
	30300	-2000,6791	-1000,6791	-0,6791247	999,320875	1999,32088	2999,32088	3999,320875	4999,32088	5999,32088	6999,32088	7999,32088
	30320	-2020,6791	-1020,6791	-20,679125	979,320875	1979,32088	2979,32088	3979,320875	4979,32088	5979,32088	6979,32088	7979,32088
	30340	-2040,6791	-1040,6791	-40,679125	959,320875	1959,32088	2959,32088	3959,320875	4959,32088	5959,32088	6959,32088	7959,32088
	30360	-2060,6791	-1060,6791	-60,679125	939,320875	1939,32088	2939,32088	3939,320875	4939,32088	5939,32088	6939,32088	7939,32088

**Fuente: Investigación Propia**

El análisis de sensibilidad consiste en cambiar o ir modificando los valores de ingresos y costos variables anuales, con el fin de verificar su transformación si esto sucediera.

Así es posible obtener un análisis detallado donde los costos variables son mayores a los ingresos cuando se tiene una venta de \$90.000 y \$91.000; mientras que a partir de la venta de 92.000 ya es posible incluir ganancias, como se refleja en la tabla # 39.

#### d) Balances del Proyecto

- Estado de Situación Inicial o Balance General Inicial

**Tabla 50: Balance de Situación Inicial**

<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
<b>Activo corriente</b>	\$ 32.419,87	<b>pasivo corriente</b>	
Efectivo equivalente	\$ 32.419,87		
	\$		
<b>Activo no corriente</b>	204.020,00	Total pasivo	
<b>Propiedad planta y equipo</b>		<b>Patrimonio</b>	
Vehículos	\$ 24.200,00	Capital social	\$ 236.439,00
Terreno	\$ 90.000,00		
Propiedad	\$ 55.000,00		
Muebles y Enseres	\$ 8.530,00		
Maquinaria equipos	\$ 5.400,00		
Equipo de computación	\$ 20.890,00		
	\$		
Total activos	236.439,87	Pasivo y patrimonio	\$ 236.439,87

**Fuente: Investigación Propia**

El balance inicial da un total de activos de \$236.439,87 para el año 0, y la puesta en marcha del proyecto, de donde el capital social es otorgado por los tres socios para cubrir el total de la inversión.

## Balance de Resultados

**Tabla 51: Balance de Resultados**

	año 1	año2	año3	año4	año5
Detalle					
Ingresos operacionales	\$ 218.440,97	\$ 227.457,22	\$ 237.838,51	\$ 248.923,14	\$ 260.282,14
Gastos del servicio	\$ 72.813,66	\$ 75.819,07	\$ 79.279,50	\$ 82.974,38	\$ 86.760,71
Gastos de ventas	\$ 18.800,60	\$ 19.365,43	\$ 18.888,07	\$ 19.573,72	\$ 20.285,37
Utilidad bruta	\$ 126.826,71	\$ 132.272,72	\$ 139.670,93	\$ 146.375,04	\$ 153.236,06
Gastos operacionales					
Gastos administrativos	\$ 61.407,81	\$ 56.740,87	\$ 54.343,44	\$ 46.500,99	\$ 47.721,52
Utilidad operativa	\$ 65.418,90	\$ 75.531,85	\$ 85.327,49	\$ 99.874,05	\$ 105.514,54
Utilidad antes de impuestos	\$ 65.418,90	\$ 75.531,85	\$ 85.327,49	\$ 99.874,05	\$ 105.514,54
Participación de trabajadores (15%)	\$ 9.812,83	\$ 11.329,78	\$ 12.799,12	\$ 14.981,11	\$ 15.827,18
Utilidad	\$ 55.606,06	\$ 64.202,07	\$ 72.528,37	\$ 84.892,94	\$ 89.687,36
Impuesto a la renta (22)%	\$ 12.233,33	\$ 14.124,46	\$ 15.956,24	\$ 18.676,45	\$ 19.731,22
Utilidad neta	\$ 43.372,73	\$ 50.077,62	\$ 56.572,13	\$ 66.216,50	\$ 69.956,14

**Fuente: Investigación Propia**

En cuanto al balance de resultados se puede observar que existe una utilidad para el primer año de funcionamiento de \$43.372,73 luego de ingresos menos gastos operacionales, administrativos

- Flujo de caja

**Tabla 52: Flujo de caja**

	Año 0	año 1	año2	año3	año4	año5
<b>Detalle</b>						
Ingresos operacionales		218440,968	227457,21	237838,50	248923,16	260282,14
Costos de producción		72813,656	75819,071	79279,502	82974,37	86760,713
Costos de ventas		18800,6	19365,425	18888,072	19573,72	20285,360
<b>Utilidad bruta</b>		<b>126826,712</b>	<b>132272,71</b>	<b>139670,93</b>	<b>146375,03</b>	<b>153236,06</b>
Gastos operacionales						
Gastos administrativos		61407,8125	56740,868	54343,442	46500,98	47721,524
<b>Utilidad operativa</b>		<b>65418,8995</b>	<b>75531,85</b>	<b>85327,489</b>	<b>99874,0522</b>	<b>105514,53</b>
gastos financieros		0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos		65418,8995	75531,85	85327,489	99874,0522	105514,53
Participación de trabajadores (15%)		9812,83493	11329,777	12799,123	14981,1078	15827,180
<b>Utilidad</b>		<b>55606,0646</b>	<b>64202,072</b>	<b>72528,366</b>	<b>84892,9444</b>	<b>89687,356</b>
Impuesto a la renta (22)%		12233,3342	14124,456	15956,240	18676,4478	19731,218
Utilidad neta		43372,7304	50077,616	56572,125	66216,4966	69956,137
Otros ingresos						
Utilidad venta de activos						
15% participación trabajadores						
Impuesto a la renta						
Valor en libros de activos vendidos						
Depreciación		15946,3333	15946,333	15946,333	8983	8983
Costo de la inversión	236.439,8					
Activo fijo	204020					
capital de trabajo	32419,8					
Recuperación del capital de trabajo	0					32419,868
<b>Flujo de fondos</b>	<b>-236.439,7</b>	<b>59319,0637</b>	<b>66023,949</b>	<b>72518,458</b>	<b>75199,496</b>	<b>78939,194</b>

**Fuente: Investigación Propia**

El flujo de caja del proyecto al año 0, donde se genera la inversión existe un saldo negativo de -\$236.439,7, mientras que para el año 1 ya se obtiene ganancia en el flujo de fondos de \$59.319,06, y va en incremento para los siguientes años.

## Análisis del Riesgo

$$R(B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R(B/C) = \frac{352.000,11}{236.439,87} = 1,488751072$$

- Análisis :** Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto  
Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente  
Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto

Por cada dólar que se invierte en el proyecto, se obtiene 0,488 ctvs de ingreso; lo cual indica que el proyecto es factible en términos de riesgo de ingresos sobre la inversión generada.

## **Recomendaciones y Conclusiones al Plan de Negocio**

Es preciso mencionar que el plan de negocio es totalmente factible de ser implementado, en cuanto a términos financieros versus los costos del mismo; pues implica ganancias desde el primer año de funcionamiento.

### **Recomendaciones:**

1. Sería factible acudir a Entidades Financieras que otorguen un crédito bancario para PYMES, como la CFN (Corporación Nacional de Fomento), BIESS (Banco del IESS) y otras entidades privadas de las cuales sea posible generar un apalancamiento financiero; con el fin de disminuir el riesgo, incrementar liquidez y poder invertir en nuevos recursos materiales, tecnológicos, infraestructura y personal.
2. Es pertinente que todos los colaboradores de la empresa reciban capacitaciones constantes (por lo menos una cada tres meses), en trato y atención al cliente, ya que el uso de métodos para tratar al cliente serán parte de la ventaja competitiva del negocio.
3. Sería totalmente adecuado que las debilidades vistas en el análisis FODA posteriormente y conforme se vaya adquiriendo nuevas estrategias en calidad e innovación de los servicios prestados, tiendan a convertirse en fortalezas; de igual forma sería pertinente mirar las amenazas, como por ejemplo los cambios en decisiones o políticas del Estado sobre las empresas de servicios, como una oportunidad de avanzar, y de ejecutar una mejora continua.

### **Conclusiones:**

Es indispensable mantener el poder de negociación con los agentes internos y externos, como proveedores, competencia y otras empresas que vayan apareciendo en el transcurso del tiempo, que ofrezcan servicios de fiestas infantiles; ya que al mantener todo bajo estrategias coherentes y al crear ventajas competitivas es posible mantenerse en el mercado, y llegar más tarde a la etapa de declive del servicio.

Finalmente, vital para el crecimiento y mantención de la empresa contar con personal calificado en cada área a la que pertenece, para lo cual será necesario que se cumpla por lo menos con el 80% de lo establecido en la definición de perfiles.

# ANEXOS

## Anexo 1: Proforma de Mundo Mágico

# PLAN ESMERALDA

3 HORAS DE FULL DIVERSION  
VEN Y DIVIERTETE CON:



MASCOTAS DISNEY  
RUEDA MOSCOVITA, CARRUSEL, PISTA CARROPIE  
CANCHA DE FUTBOL, MINIGOLF, TARABITA,  
TITERES, SOMBRAS CHINESCAS, O MINITEATRO.



ESCENARIO  
PROFESIONAL

	20	HOT DOGS Y COLA (4 us. Niño extra)
	1	PASTEL CON DISEÑO A ELECCION
	1	PICADITAS/ PAPITAS, MASHMELOUS, GALLETAS, TOSTITOS, GOMITAS Y MAS
	2	MANTELES BLANCOS
Tambien	24	PLATOS DISEÑO NACIONAL
INCLUYE :	1	SERVILLETAS BLANCAS
	24	VASOS BLANCOS
	1	PAQUETE DE CUCHARITAS
	1	PIRATA A ELECCION
	10	EMPANADAS DE VERDE CON QUESO Y COLAS (1.70 Papl extra)
	20	INVITACIONES
		REGALO PARA EL CUMPLEAÑERO

## Quito

SERVICIO DE MESERO

### VALOR 486 us.

NO INCLUYE IVA



Fuente: Mundo Mágico

**Anexo 2: Roles de pago de personal CHICKYPARTY CIA LTDA**

AÑO 1 CARGO	# PERS.	SUELDO	SUELDO*MES	SUELDO* AÑO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL(11,15%)	SUELDO AÑO 1
Gerente	1	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 10.800,00	\$ 900,00	\$ 366,00	\$ 450,00	\$ 1.312,20	\$ 13.828,20
Contadora	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 3.240,00	\$ 270,00	\$ 366,00	\$ 135,00	\$ 393,66	\$ 4.404,66
Secretaria	1	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00	\$ 533,63	\$ 5.840,63
Técnico	1	\$ 450,00	\$ 430,00	\$ 5.160,00	\$ 430,00	\$ 366,00	\$ 215,00	\$ 626,94	\$ 6.797,94
Ventas	2	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 366,00	\$ 225,00	\$ 656,10	\$ 7.097,10
Chofer	1	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00	\$ 533,63	\$ 5.840,63
Personal actoral	2	\$ 600,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 366,00	\$ 225,00	\$ 656,10	\$ 7.097,10
Personal de apoyo	2	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00	\$ 533,63	\$ 5.840,63
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.928,00</b>	<b>\$ 43.176,00</b>	<b>\$ 3.598,00</b>	<b>\$ 2.928,00</b>	<b>\$ 1.799,00</b>	<b>\$ 5.245,88</b>	<b>\$ 56.746,88</b>

AÑO 2 CARGO	# PERS.	SUELDO	SUELDO*MES	SUELDO* AÑO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL(11,15%)	SUELDO AÑO 2
Gerente	1	\$ 935,10	\$ 935,10	\$ 11.221,20	\$ 935,10	\$ 366,00	\$ 467,55	\$ 1.251,16	\$ 14.241,01
Contadora	1	\$ 623,40	\$ 623,40	\$ 3.240,00	\$ 270,00	\$ 366,00	\$ 135,00	\$ 361,26	\$ 4.372,26
Secretaria	1	\$ 380,27	\$ 380,27	\$ 4.563,29	\$ 380,27	\$ 366,00	\$ 190,14	\$ 508,81	\$ 6.008,51
Técnico	1	\$ 446,77	\$ 446,77	\$ 5.361,24	\$ 446,77	\$ 366,00	\$ 223,39	\$ 597,78	\$ 6.995,17
Ventas	2	\$ 467,55	\$ 467,55	\$ 5.610,60	\$ 467,55	\$ 366,00	\$ 233,78	\$ 625,58	\$ 7.303,51
Chofer	1	\$ 380,27	\$ 380,27	\$ 4.563,29	\$ 380,27	\$ 366,00	\$ 190,14	\$ 508,81	\$ 6.008,51
Personal actoral	2	\$ 619,80	\$ 467,55	\$ 5.610,60	\$ 467,55	\$ 366,00	\$ 233,78	\$ 625,58	\$ 7.303,51
Personal de apoyo	2	\$ 380,27	\$ 380,27	\$ 4.563,29	\$ 380,27	\$ 366,00	\$ 190,14	\$ 508,81	\$ 6.008,51
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.081,19</b>	<b>\$ 44.733,50</b>	<b>\$ 3.727,79</b>	<b>\$ 2.928,00</b>	<b>\$ 1.863,90</b>	<b>\$ 4.987,79</b>	<b>\$ 58.240,98</b>

<b>AÑO 3 CARGO</b>	<b># PERS.</b>	<b>SUELDO</b>	<b>SUELDO*MES</b>	<b>SUELDO* AÑO</b>	<b>DÉCIMO TERCERO</b>	<b>DÉCIMO CUARTO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>APORTE PATRONAL (11,15%)</b>	<b>SUELDO AÑO 3</b>
Gerente	1	\$ 971,57	\$ 971,57	\$ 11.658,83	\$ 971,57	\$ 366,00	\$ 485,78	\$ 1.299,96	\$ 14.782,14
Contadora	1	\$ 647,71	\$ 647,71	\$ 3.240,00	\$ 270,00	\$ 366,00	\$ 135,00	\$ 361,26	\$ 4.372,26
Secretaria	1	\$ 395,10	\$ 395,10	\$ 4.741,26	\$ 395,10	\$ 366,00	\$ 197,55	\$ 528,65	\$ 6.228,56
Técnico	1	\$ 464,19	\$ 464,19	\$ 5.570,33	\$ 464,19	\$ 366,00	\$ 232,10	\$ 621,09	\$ 7.253,71
Ventas	2	\$ 485,78	\$ 485,78	\$ 5.829,41	\$ 485,78	\$ 366,00	\$ 242,89	\$ 649,98	\$ 7.574,07
Chofer	1	\$ 395,10	\$ 395,10	\$ 4.741,26	\$ 395,10	\$ 366,00	\$ 197,55	\$ 528,65	\$ 6.228,56
Personal actoral	2	\$ 640,25	\$ 485,78	\$ 5.829,41	\$ 485,78	\$ 366,00	\$ 242,89	\$ 649,98	\$ 7.574,07
Personal de apoyo	2	\$ 395,10	\$ 395,10	\$ 4.741,26	\$ 395,10	\$ 366,00	\$ 197,55	\$ 528,65	\$ 6.228,56
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.240,36</b>	<b>\$ 46.351,75</b>	<b>\$ 3.862,65</b>	<b>\$ 2.928,00</b>	<b>\$ 1.931,32</b>	<b>\$ 5.168,22</b>	<b>\$ 60.241,94</b>

<b>AÑO 4 CARGO</b>	<b># PERS.</b>	<b>SUELDO</b>	<b>SUELDO*MES</b>	<b>SUELDO* AÑO</b>	<b>DÉCIMO TERCERO</b>	<b>DÉCIMO CUARTO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>APORTE PATRONAL (11,15%)</b>	<b>SUELDO AÑO 4</b>
Gerente	1	\$ 1.009,46	\$ 1.009,46	\$ 12.113,52	\$ 1.009,46	\$ 366,00	\$ 504,73	\$ 1.350,66	\$ 15.344,37
Contadora	1	\$ 672,97	\$ 672,97	\$ 3.240,00	\$ 270,00	\$ 366,00	\$ 135,00	\$ 361,26	\$ 4.372,26
Secretaria	1	\$ 410,51	\$ 410,51	\$ 4.926,17	\$ 410,51	\$ 366,00	\$ 205,26	\$ 549,27	\$ 6.457,20
Técnico	1	\$ 482,30	\$ 482,30	\$ 5.787,57	\$ 482,30	\$ 366,00	\$ 241,15	\$ 645,31	\$ 7.522,33
Ventas	2	\$ 504,73	\$ 504,73	\$ 6.056,76	\$ 504,73	\$ 366,00	\$ 252,37	\$ 675,33	\$ 7.855,18
Chofer	1	\$ 410,51	\$ 410,51	\$ 4.926,17	\$ 410,51	\$ 366,00	\$ 205,26	\$ 549,27	\$ 6.457,20
Personal actoral	2	\$ 661,38	\$ 504,73	\$ 6.056,76	\$ 504,73	\$ 366,00	\$ 252,37	\$ 675,33	\$ 7.855,18
Personal de apoyo	2	\$ 410,51	\$ 410,51	\$ 4.926,17	\$ 410,51	\$ 366,00	\$ 205,26	\$ 549,27	\$ 6.457,20
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.405,73</b>	<b>\$ 48.033,11</b>	<b>\$ 4.002,76</b>	<b>\$ 2.928,00</b>	<b>\$ 2.001,38</b>	<b>\$ 5.355,69</b>	<b>\$ 62.320,94</b>

<b>AÑO 5.CARGO</b>	<b># PERS.</b>	<b>SUELDO</b>	<b>SUELDO*MES</b>	<b>SUELDO* AÑO</b>	<b>DÉCIMO TERCERO</b>	<b>DÉCIMO CUARTO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>APORTE PATRONAL (11,15%)</b>	<b>SUELDO AÑO 5</b>
Gerente	1	\$ 1.048,83	\$ 1.048,83	\$ 12.585,95	\$ 1.048,83	\$ 366,00	\$ 524,41	\$ 1.403,33	\$ 15.928,53
Contadora	1	\$ 699,22	\$ 699,22	\$ 3.240,00	\$ 270,00	\$ 366,00	\$ 135,00	\$ 361,26	\$ 4.372,26
Secretaria	1	\$ 426,52	\$ 426,52	\$ 5.118,29	\$ 426,52	\$ 366,00	\$ 213,26	\$ 570,69	\$ 6.694,76
Técnico	1	\$ 501,11	\$ 501,11	\$ 6.013,29	\$ 501,11	\$ 366,00	\$ 250,55	\$ 670,48	\$ 7.801,43
Ventas	2	\$ 524,41	\$ 524,41	\$ 6.292,97	\$ 524,41	\$ 366,00	\$ 262,21	\$ 701,67	\$ 8.147,26
Chofer	1	\$ 426,52	\$ 426,52	\$ 5.118,29	\$ 426,52	\$ 366,00	\$ 213,26	\$ 570,69	\$ 6.694,76
Personal actoral	2	\$ 683,21	\$ 524,41	\$ 6.292,97	\$ 524,41	\$ 366,00	\$ 262,21	\$ 701,67	\$ 8.147,26
Personal de apoyo	2	455,57	\$ 426,52	\$ 5.118,29	\$ 426,52	\$ 366,00	\$ 213,26	\$ 570,69	\$ 6.694,76
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.577,56</b>	<b>\$ 49.780,04</b>	<b>\$ 4.148,34</b>	<b>\$ 2.928,00</b>	<b>\$ 2.074,17</b>	<b>\$ 5.550,47</b>	<b>\$ 64.481,02</b>

Fuente: Investigación Propia

### **Anexo 3. Encuestas**

Encuesta 1:

Encuesta a madre de familia del Colegio Letort, ubicado en el sector de San Isidro del Inca en Quito.

Nombre: Eunice Bolaños

Género: Femenino

Edad: 45 años

Ocupación: Propietario de fábrica textil

Dirección Domicilio: Av. el Inca y 6 de Diciembre

**1) ¿Tiene hijos menores de 15 años?**

**Si**

**2) Seleccione el rango de edad que promedian sus o su hijo(a)**

0meses-2años

3-6años

**8-12 años**

12-15años

La edad óptima para que los padres realicen una fiesta a los niños o adolescentes es entre 0 a 15 años, esta persona tiene un niño de edad entre 8 a 12 años.

**3) ¿Celebra usted el cumpleaños de sus hijos con un evento infantil?**

SI **X**

NO

La propietaria de la fábrica textil del norte de Quito indica que si celebra el cumpleaños de su hijo.

**4) ¿Busca usted un lugar específico especializado en la organización de eventos infantiles para celebrar el cumpleaños de sus hijos?**

**SIEMPRE** AVECES NUNCA

La señora Eunice Bolaños siempre busca un lugar determinado para realizar el cumpleaños de su hijo.

**5) ¿Le gustaría contratar un servicio para fiestas infantiles adecuado al estilo campestre donde sus hijos y familiares puedan a su vez conectarse con el medio ambiente y la naturaleza?**

SI **X** NO

A la Señora Eunice Bolaños si le gustaría contratar un servicio para fiestas infantiles adecuado con el etilo campestre, con la idea de conectarse con el medio ambiente y obtener un tiempo en familia.

**6) ¿Contrataría un servicio para fiestas infantiles adecuado al estilo campestre donde sus hijos y familiares puedan a su vez conectarse con el medio ambiente y la naturaleza?**

SI **X** NO

La señora Bolaños como madre de familia si estaría dispuesta a contratar un servicio de fiesta infantil adecuada con estilo campestre para que sus hijos y familia puedan conectarse con el medio ambiente.

**7) ¿Cuenta usted con tiempo y experiencia suficiente para organizar el evento de su hijo?**

SI NO **X**

La señora Bolaños debido a factores como su trabajo no cuenta con el tiempo suficiente para organizar eventos para sus hijos.

**8) ¿Le gustaría contar con servicio completo en la organización del más mínimo detalle donde usted no se tenga que preocupar más que por disfrutar junto a su familia?**

SI  NO

Indica además que si le gustaría contar con un servicio completo en la organización de detalles y demás aspectos para disfrutar la fiesta de cumpleaños de su hijo.

**9) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio completo de fiestas infantiles hasta?**

\$110-\$200

\$300-\$550

\$600-\$700

La señora Eunice Bolaños, quien representa a aquellas madres de familia que trabajan y no disponen de tiempo para llevar a cabo las fiestas infantiles de sus hijos, estaría dispuesta a pagar entre \$300 a \$400 por el evento.

**10) ¿Que le gustaría encontrar en un local de fiestas infantiles para contratar el servicio?**

Respuesta: Áreas recreativas de niños

La señora Bolaños indica que le gustaría encontrar áreas recreativas de niños que le motivaría a hacer uso del servicio.

Encuesta 2: Encuesta a empresario de Phizer, ubicado en el sector el Condado Quito.

Nombre: Pamela Garip

Género: Femenino

Edad: 35 anos

Ocupación: Jefe de compras

Dirección Domicilio: De las Gardenias y Laureles (INCA)

**1-¿Tiene hijos menores de 15 años?**

**Si**

La señora Pamela Garip indica que si tiene niños menores a 15 años de edad por lo que es una cliente potencial.

**2) Seleccione el rango de edad que promedian sus o su hijo(a)**

**0meses-2años**

3-6anos

**8-12 años**

12-15anos

El hijo de la señora Garip tiene entre 0 meses a 2 años de edad.

**3) ¿Celebra usted el cumpleaños de sus hijos con un evento infantil?**

SI **X**

NO

La señora Garip indica que si suele celebrar los cumpleaños de su hijo en un evento infantil.

**4) ¿Busca usted un lugar específico especializado en la organización de eventos infantiles para celebrar el cumpleaños de sus hijos?**

SIEMPRE **AVECES** NUNCA

La señora Garip indica que a veces busca un lugar específico para la organización de eventos infantiles, donde ha celebrado el cumpleaños de su hijo.

**5) ¿Le gustaría contratar un servicio para fiestas infantiles adecuado al estilo campestre donde sus hijos y familiares puedan a su vez conectarse con el medio ambiente y la naturaleza?**

SI **X**

NO

A la señora Garip si le gustaría contratar un servicio para fiestas infantiles adecuado al estilo campestre donde su hijo y familia pasen momentos agradables disfrutando de la naturaleza.

**6) ¿Contrataría un servicio para fiestas infantiles adecuado al estilo campestre donde sus hijos y familiares puedan a su vez conectarse con el medio ambiente y la naturaleza?**

SI  NO

La señora Garip indica que si contrataría un servicio para fiestas infantiles con estilo campestre donde sus hijos y familiares puedan conectarse con el medio ambiente.

**7) ¿Cuenta usted con tiempo y experiencia suficiente para organizar el evento de su hijo?**

SI NO

La señora Garip indica que no cuenta con el tiempo suficiente para organizar las fiestas o eventos de cumpleaños para su hijo.

**8) ¿Le gustaría contar con servicio completo en la organización del más mínimo detalle donde usted no se tenga que preocupar más que por disfrutar junto a su familia?**

SI  NO

A la señora Garip le gustaría que en el servicio que contrata se incluya un servicio del más mínimo detalle de la fiesta de cumpleaños de su hijo.

**9) ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por un servicio completo de fiestas infantiles hasta?**

\$110-\$200

\$300-\$550

\$600-\$700

La señora Garip comparte la opinión con la señora Bolaños, ya que estaría dispuesta a pagar entre \$300 a \$550 por el cumpleaños de su hijo.

**10) ¿Que le gustaría encontrar en un local de fiestas infantiles para contratar el servicio?**

Respuesta: áreas seguras para bebés de cuna.

A la señora Garip le gustaría encontrar áreas seguras para bebés de cuna, ya que su hijo es menor de dos años; sin embargo también puede disfrutar de su fiesta así como su familia también lo hará.

Encuesta 3: Ejecutivo de ventas de la empresa RainBow, ubicado en el sector Norte de Quito.

Nombre: Luis Páez

Género: Masculino

Edad: 29 años

Ocupación: Ejecutivo de Ventas

Dirección Domicilio: Los pinos y Eloy Alfaro

**1) ¿Tiene hijos menores de 15 años?**

**Si**

El señor Luis Páez tiene un hijo menor a 15 años.

**2) Seleccione el rango de edad que promedian sus o su hijo(a)**

0meses-2años

3-6años

**8-12 años**

12-15años

El señor Páez tiene un hijo entre 8 a 12 años de edad.

**3) ¿Celebra usted el cumpleaños de sus hijos con un evento infantil?**

SI **X**

NO

El Sr Páez también celebra el cumpleaños de sus hijos con un evento infantil.

**4) ¿Busca usted un lugar específico especializado en la organización de eventos infantiles para celebrar el cumpleaños de sus hijos?**

**SIEMPRE** AVECES NUNCA

El indica que siempre le organiza un evento para celebrar el cumpleaños de su hijo.

**5) ¿Le gustaría contratar un servicio para fiestas infantiles adecuado al estilo campestre donde sus hijos y familiares puedan a su vez conectarse con el medio ambiente y la naturaleza?**

SI **X** NO

Al señor Páez si le gustaría contratar un servicio para fiestas infantiles con estilo campestre donde tanto su hijo como sus familiares puedan tener un encuentro con el medio ambiente y la naturaleza.

**6) ¿Contrataría un servicio para fiestas infantiles adecuado al estilo campestre donde sus hijos y familiares puedan a su vez conectarse con el medio ambiente y la naturaleza?**

SI **X** NO

El señor Páez si contrataría un servicio para fiestas infantiles con estilo campestre para su hijo y también para que sus familiares invitados puedan conectarse con el medio ambiente.

**7) ¿Cuenta usted con tiempo y experiencia suficiente para organizar el evento de su hijo?**

SI NO **X**

El señor Páez indica que no dispone de tiempo y experiencia suficientes para organización de la fiesta de cumpleaños a su hijo, ya que trabaja y no dispone de tiempo.

**8) ¿Le gustaría contar con servicio completo en la organización del más mínimo detalle donde usted no se tenga que preocupar más que por disfrutar junto a su familia?**

SI **X** NO

Al señor Páez si le gustaría contar con un servicio completo donde se cuide el más mínimo detalle de la fiesta infantil de su hijo.

**9) ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por un servicio completo de fiestas infantiles hasta?**

\$110-\$200

**\$300-\$550**

\$600-\$700

Al igual que las dos madres de familia encuestadas anteriormente el señor Páez también está de acuerdo con pagar entre \$300 a \$550 por la fiesta infantil con todos los detalles y sitio de eventos para su hijo.

**10) ¿Que le gustaría encontrar en un local de fiestas infantiles para contratar el servicio?**

Respuesta: áreas para conocer animales domésticos.

Al señor Páez le gustaría encontrar un local de fiestas infantiles donde existan áreas para conocer animales domésticos, aunque esto no incluiría en un principio en la inversión ni espacio físico del lugar de eventos, se podría plantear como una opción futura.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Best, R. (2009). *Análisis de la competencia y fuentes de ventaja competitiva*.

Bogotá Travel Guide. (2015). *Travel Guide*. Bogotá.

Diario La Hora. (6 de 6 de 2007). *Diario La Hora*. Obtenido de [www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show)

El Universo. (23 de 08 de 2012). Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2012/08/23/1/1550/garzota-lugar-ideal-fiestas-infantiles.html>

INEC. (2010). *Demografía*. Quito.