



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERIA COMERCIAL**

“Plande negocio para la creación de un Centro Integral para la realización de Fiestas Infantiles con diferentes ambientes en el sector del Valle de los Chillos”

AUTORA: DANIELA FERNANDA SERRANO SIGCHA

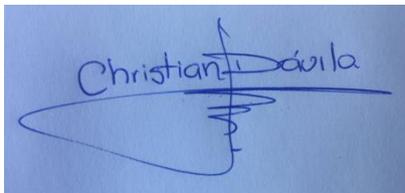
DIRECTOR: M^sC. CHRISTIAN DÁVILA LARA

Quito, Noviembre 2016

Aprobación del Tutor

Yo, MsC. CHRISTIAN ENRIQUE DÁVILA LARA, tutor designado por la Universidad Internacional del Ecuador UIDE para revisar el proyecto denominado: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL PARA LA REALIZACIÓN DE FIESTAS INFANTILES CON DIFERENTES AMBIENTES EN EL SECTOR DEL VALLE DE LOS CHILLOS”, de la Sra. DANIELA FERNANDA SERRANO SIGCHA, estudiante de la carrera Ingeniería Comercial. Certifico que conozco al autor del presente trabajo siendo responsable exclusivo tanto en su originalidad, autenticidad, como en su contenido, y reúne todos los parámetros necesarios para poder presentarse como un trabajo final para la obtención del título de la carrera; por lo que está apto para ser presentado y evaluado por parte del Comité designado por la Universidad.

Quito, Noviembre de 2016

A handwritten signature in blue ink on a light blue background. The signature reads "Christian Dávila" and is written in a cursive style. There is a large, stylized flourish below the name.

MsC. Christian Enrique Dávila Lara

CI. 1712159274

Autoría del Trabajo de Investigación

Yo, DANIELA FERNANDA SERRANO SIGCHA, declaro bajo juramento que el presente trabajo de investigación realizado sobre “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL PARA LA REALIZACIÓN DE FIESTAS INFANTILES CON DIFERENTES AMBIENTES EN EL SECTOR DEL VALLE DE LOS CHILLOS”, es totalmente de mí Autoría, ha sido elaborado, diseñado y realizado en base a mi investigación y propósito; por lo que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado profesional o académico, toda la investigación está basada en hechos probados, la bibliografía utilizada corrobora todas las referencias citadas, misma que se incluye en este documento.

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

Quito, Noviembre de 2016



Daniela Fernanda Serrano Sigcha

CI. 1715283741

DEDICATORIA

A mi familia que ha sido mi motor, mi fuerza y mi inspiración para alcanzar la meta, a mi esposo Carlos, mis hijos Mathías y Micaela y a mis padres Laura y Patricio, a ustedes dedico este trabajo por ser mi apoyo incondicional. Los Amo.

Daniela Serrano S.

AGRADECIMIENTO

Por sobre todas las cosas agradezco a Dios por guiar siempre mi camino. Y son tantas las personas a las que debo mi infinita gratitud, ya que de una u otra manera caminaron conmigo en este reto universitario, a mi esposo, mis hijos, mis padres, mis hermanos, mis suegros y mis cuñados, que siempre me apoyaron y me dieron fuerzas para llegar a la meta. A mis compañeros y profesores que dejan muchas anécdotas y enseñanzas, de manera muy especial, agradezco a mi tutor MSc.Christian Dávila por el gran apoyo, paciencia y confianza brindada.

Y por último agradezco a la UIDE por hacer de mí un profesional íntegro.

Daniela Fernanda Serrano Sigcha

RESUMEN

El siguiente trabajo de investigación presenta una propuesta de negocio interesante que considera aspectos como el crecimiento y gran variación que puede tener el sector de la realización de fiestas infantiles, puesto que en la actualidad es uno de los eventos más importantes dentro de una familia y en los que no escatiman esfuerzos ni recursos para que sus hijos tengan su fiesta soñada con los personajes del momento o simplemente una diversión activa y fuera de lo común que permita personalizar sus gustos y exigencias.

El tipo de investigación utilizada fue descriptiva y cuantitativa, usando la técnica de recolección que permitió identificar de forma estadística la demanda potencial para la uso de este servicio. Una vez definida la demanda y la aceptación del servicio, se procede a realizar el estudio técnico donde se establece la ubicación del proyecto, los procesos y requerimientos necesarios para su funcionamiento así como la parte administrativa y estructural con el que contará la empresa.

A continuación se realiza el estudio financiero que permitirá conocer la inversión inicial total del proyecto, su financiamiento, y los costos necesarios para la puesta en marcha del negocio; así como la proyección de las ventas, la evaluación financiera donde se definirá la factibilidad del proyecto a través del análisis de los indicadores VAN, TIR, y el periodo de recuperación de la inversión.

ABSTRACT

The following research work presents a proposal of interesting business considering aspects like growth and great variation can have the sector making children's parties, since today is one of the most important events within a family and those who spare no effort or resources for their children to have their dream party with the characters of the moment or just an active and unusual that allow customize their tastes and demands fun.

The type of research used was descriptive and quantitative, using the collection technique that statistically identified potential demand for the use of this service. Once defined demand and acceptance of the service, we proceed to perform the technical study showing the location of the project, processes and requirements necessary for its operation and the administrative and structural part with which the company will be established.

Then the financial study that will reveal the total initial investment of the project, its financing, and costs to start up business is done; as well as the projection of sales, financial evaluation where the feasibility of the project the payback period of the investment will be defined through analysis of NPV, IRR indicators, and.

ÍNDICE

	Pág.
Aprobación del Tutor.....	II
Autoría del Trabajo de Investigación.....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
RESUMEN	VI
ÍNDICE.....	VIII
1. GENERALIDADES	22
1.1 INTRODUCCIÓN.....	22
1.2 ANTECEDENTES	23
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	25
1.4 DIAGNÓSTICO Y SITUACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMA	26
1.4.1 Formulación del problema.....	27
1.4.2 Sistematización del problema	28
1.5 OBJETIVOS.....	28
1.5.1 Objetivo General.....	28
1.5.2 Objetivos Específicos	28
1.6 JUSTIFICACIÓN	29
1.6.1 Impacto social	29
1.6.2 Impacto metodológico	29
1.6.3 Impacto Práctico.....	30

1.6.4	Alcance.....	30
1.6.5	Limitaciones	30
1.6.6	Idea a defender	30
CAPITULO II		31
2.	MARCOS DE REFERENCIA	31
2.1.	MARCO TEÓRICO	31
2.1.1.	Plan de Negocio	31
2.2	MARCO CONCEPTUAL	44
2.3	MARCO REFERENCIAL	47
2.4	MARCO LEGAL	49
2.4.1	Reglamento COPCI	49
2.4.2	Requisitos de funcionamiento	50
CAPITULO III.....		52
3.1	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	52
3.1.1	Análisis de Macro entorno	52
3.1.2	Factor Económico	52
3.1.2	Factor Político	56
3.1.3	Factor Social	57
3.1.4	Factor Demográfico	60
3.1.5	Factor Tecnológico.....	62
3.1.6	Factor Ecológico.....	63

3.1.7	Factor Cultural.....	64
3.2	MICROENTORNO	65
3.2.1	Intensidad de la rivalidad de los competidores	65
3.2.2	Amenaza de nuevos competidores	66
3.2.3	Amenaza de sustitutos	66
3.2.4	Poder de negociación de proveedores	67
3.2.5	Poder de negociación de consumidores.....	67
3.2.6	Análisis de las Fuerzas de Porter.....	67
3.3	CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA	68
3.3.1	Actividades Primarias	68
3.3.2	Actividades de Apoyo	71
3.4	MATRICES DE EVALUACION Y ESTRATEGIAS	73
3.4.1	Evaluación de Factores Externos (EFE)	74
3.4.2	Evaluación de factores internos (EFI).....	76
3.4.3	Matriz de aprovechabilidad y vulnerabilidad.....	78
3.5	FODA.....	81
3.6	MATRIZ DE ESTRATEGIAS.....	82
3.7	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	83
3.7.1	Metodología de la investigación.....	83
3.7.1.1	Formulación del problema	83
3.7.1.2	Objetivo del estudio.....	83

3.7.1.3	Hipótesis.....	83
3.8	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	84
3.8.1	Estudio descriptivo o cuantitativo	84
3.8.2	Levantamiento de información.....	89
3.8.3	Análisis de Información.....	90
3.9	PRINCIPALES HALLAZGOS ENCONTRADOS EN LA	108
	INVESTIGACIÓN.....	108
	CAPÍTULO IV.....	111
4.1	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	111
4.1.1	Determinación de la Demanda.....	111
4.1.2	Proyección de la demanda.....	113
4.1.3	Demanda insatisfecha	113
4.2	ANÁLISIS DE LA OFERTA	114
4.3	PLAN DE MARKETING	121
4.3.1	Marketing mix de servicio.....	121
4.4	PARTE TECNICA DEL PROYECTO	136
4.5	OBJETIVOS	136
4.6	LOCALIZACIÓN	136
4.6.1	Micro localización	137
4.6.2	Micro localización	137
4.7	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	139

4.8	INGENIERIA DEL PROYECTO	140
4.8.1	Flujo grama de procesos	141
4.8.2	Requerimiento de equipos, maquinaria e instalaciones	142
4.9	ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	145
4.10	DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO FÍSICO	153
4.11	ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	155
4.11.1	Base legal	155
4.11.2	Razón Social	158
4.12	BASE FILOSÓFICA DE LA EMRESA	159
4.12.1	Visión	159
4.12.2	Misión	160
4.12.3	Principios y valores corporativos	160
CAPÍTULO V		161
ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN FINANCIERA		161
5.1	Objetivo	161
5.2	Inversión del proyecto	161
5.2.1	Inversión fijas o tangibles	161
5.2.2	Activos diferidos	165
5.2.3	Resumen de inversión total prevista en activos fijos	166
5.2.4	Capital de trabajo	167
5.3	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS	167

5.3.1	Presupuesto de costos	168
5.4	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	177
5.5	ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	178
5.6	PLAN DE FINANCIAMIENTO	180
5.6.1	Fuentes y uso de fondos	181
5.6.2	El costo del proyecto y su financiamiento	181
5.6.3	Balance de situación inicial	182
5.7	EVALUACIÓN	183
5.7.1	Indicadores de rentabilidad del proyecto en el tiempo con financiamiento.....	184
5.7.2	Periodo de recuperación de la inversión	185
5.7.3	Indicadores de rentabilidad del proyecto sin financiamiento	186
	CAPITULO VI	190
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	190
6.1	CONCLUSIONES	190
6.2	RECOMENDACIONES	192
8.	Anexos	196
8.1	Anexo 1. Modelo de encuesta	197
8.2	Realización de encuestas	201
8.3	Planes de la competencia	203
8.4	Competencia 2	205

INDICE DE TABLAS	Pág.
Tabla 1. Evolución del PIB sector otros servicios	53
Tabla 2. Inflación Anual	54
Tabla 3. Riesgo país	55
Tabla 4. Tasas de interés vigentes.....	56
Tabla 5. Empleo, desempleo y sub empleo.....	58
Tabla 6. Ingreso de la población	59
Tabla 7. Población del cantón Rumiñahui	60
Tabla 8. Población del cantón Rumiñahui por rango de edad	61
Tabla 9. Acceso de la población a tecnologías	62
Tabla 10. Matriz EFE.....	75
Tabla 11. Matriz EFI.....	77
Tabla 12. Matriz de Aprovechabilidad	79
Tabla 13. Matriz de vulnerabilidad	80
Tabla 14. Matriz de Estrategias	82
Tabla 15. Rangos de edad en el Valle de los Chillos.....	84
Tabla 16. Frecuencia de realización de fiestas infantiles de los encuestados	90
Tabla 17. Lugar de preferencia para realizar fiestas infantiles de los encuestados	91
Tabla 18. Por qué no prefiere un lugar alquilado los encuestados.....	92
Tabla 19. Factores importantes para elegir un local de fiestas infantiles para los encuestados	93
Tabla 20. Día en que realizan la fiesta los encuestados	95
Tabla 21. Horario de que prefieren los encuestados	96
Tabla 22. Qué tipo de fiestas prefieren los encuestados	97
Tabla 23. Valor que invirtieron los encuestados.....	98

Tabla 24. Tiempo que tomo a los encuestados organizar el evento.....	99
Tabla 25. Como encontró lo necesario para la fiesta el encuestado	100
Tabla 26. Los encuestados contratarían un Centro Integral de fiestas infantiles.....	101
Tabla 27. Aspectos importantes a la hora de elegir un local para los encuestados.....	102
Tabla 28. Que medio prefieren los encuestados para recibir información del Centro integral de fiestas infantiles.....	104
Tabla 29. Número de niños según rango de edad en la familia de los encuestados	105
Tabla 30. Rango de ingreso mensual de los encuestados	106
Tabla 31. Ocupación de los encuestados	107
Tabla 32. Cantidad de personas que celebran cumpleaños.....	111
Tabla 33. Personas que invierten más de \$200 en fiesta de cumpleaños.....	112
Tabla 34. Personas que invierten más de \$200 y están dispuestos a utilizar el servicio	112
Tabla 35. Proyección de la demanda	113
Tabla 36. Demanda insatisfecha	113
Tabla 37. Análisis de la competencia.....	115
Tabla 38. Análisis de la competencia	115
Tabla 39. Precio establecido del servicio.....	125
Tabla 40. Plan de medios	130
Tabla 41. Presupuesto de Marketing.....	130
Tabla 42. Plan de capacitación.....	135
Tabla 43. Posibles ubicaciones para la empresa	138
Tabla 44. Matriz de Micro localización.....	138
Tabla 45. Participación de mercado.....	140
Tabla 46. Mobiliario Recepción	142
Tabla 47. Mobiliario bodegas	142

Tabla 48. Mobiliario vestidor	142
Tabla 49. Mobiliario oficina administrativa	143
Tabla 50. Mobiliario salas multiusos	143
Tabla 51. Mobiliario para salas de estar	143
Tabla 52. Mobiliario de Sala de niños de 1 a 5 años	144
Tabla 53. Mobiliario de área de obstáculos	144
Tabla 54. Mobiliario de spa para niñas	144
Tabla 55. Mobiliario de área juegos varios.....	145
Tabla 56. Gerente General	147
Tabla 57. Jefe de Operaciones	148
Tabla 58. Animador (a).....	149
Tabla 59. Mantenimiento Técnico	150
Tabla 60. Operaria de limpieza.....	151
Tabla 61. Polifuncional.....	152
Tabla 62. Esquema General Inicial del Centro Integral de fiestas infantiles.....	155
Tabla 63. Adecuaciones	162
Tabla 64. Muebles y encerados de oficina.....	162
Tabla 65. Equipo de computación	163
Tabla 66. Maquinaria y equipos.....	163
Tabla 67. Adecuación Sala Multiusos	163
Tabla 68. Adecuación Sala de estar	164
Tabla 69. Adecuación Área niños 1 a 5 años.....	164
Tabla 70. Adecuación del área de pistolas y obstáculos	164
Tabla 71. Adecuación Spa de niñas	165
Tabla 72. Montaje área de juegos libres	165

Tabla 73. Gastos pre operativos.....	166
Tabla 74. Resumen de inversiones en activos fijos	166
Tabla 75. Costos de insumos de operación.....	168
Tabla 76. Insumos de limpieza	168
Tabla 77. Mano de obra	169
Tabla 78. Rol de pagos.....	169
Tabla 79. Total proyección de remuneraciones	169
Tabla 80. Proyección fondos de reserva	170
Tabla 81. Gastos indirectos de fabricación	170
Tabla 82. Rol de pagos personal administrativo Año 1	171
Tabla 83. Total proyección remuneraciones personal administrativo	171
Tabla 84. Proyección Fondos de reserva área administrativa.....	171
Tabla 85. Gasto Arriendo.....	171
Tabla 86. Gasto Garantía de local.....	172
Tabla 87. Gasto Insumos de limpieza	172
Tabla 88. Gasto servicios profesionales.....	172
Tabla 89. Gasto servicios básicos área administrativa.....	173
Tabla 90. Gasto materiales de oficina - administrativo.....	173
Tabla 91. Gastos administrativos.....	173
Tabla 92. Depreciación de activos fijos	174
Tabla 93. Gasto publicidad y promoción.....	174
Tabla 94. Gastos financieros.....	175
Tabla 95. Costos y Gastos.....	176
Tabla 96. Costo por evento	176
Tabla 97. Precio por paquete	176

Tabla 98. Ingreso por ventas	177
Tabla 99. Estado de pérdidas y ganancias	178
Tabla 100. Costos fijos y variables	179
Tabla 101. Método de desfase	179
Tabla 102. Cálculo del punto de equilibrio.....	180
Tabla 103. Plan de financiamiento.....	181
Tabla 104. Datos crédito Banco Procredit	182
Tabla 105. Tabla de amortización.....	182
Tabla 106. Balance de situación inicial	183
Tabla 108. Costo de oportunidad	184
Tabla 107. Flujo de efectivo o de fondos.....	184
Tabla 109. Indicadores de rentabilidad en el tiempo	185
Tabla 110. Periodo de recuperación de la inversión	185
Tabla 111. Flujo de fondos o efectivo	186
Tabla 112. Costo de oportunidad	186
Tabla 113. Indicadores de rentabilidad en el tiempo	187
Tabla 114. Periodo de recuperación de la inversión	187
Tabla 115. Análisis de sensibilidad al ingreso	188
Tabla 116. Análisis de sensibilidad al costo	188

INDICE DE GRÁFICOS	Pág.
Gráfico 1. Diagrama de Ishikawa	26
Gráfico 2. Visión Misión y Objetivos.....	35
Gráfico 3. Análisis del entorno del negocio.....	37
Gráfico 4. Las 5 fuerzas de Porter	39
Gráfico 5. Marketing Mix	41
Gráfico 6. Evolución del PIB.....	53
Gráfico 7. Inflación anual	54
Gráfico 8. Riesgo país.....	55
Gráfico 9. Tasas de interés vigentes	57
Gráfico 10. Empleo, desempleo y sub empleo	58
Gráfico 11. Ingreso de la población.....	59
Gráfico 12. Población del cantón Rumiñahui	61
Gráfico 13. Población cantón Rumiñahui por rango de edad	62
Gráfico 14. Acceso de la población a tecnologías	63
Gráfico 15. Mapa de sitios seguros Rumiñahui	64
Gráfico 16. Cadena de Valor	68
Gráfico 17. Cadena de Valor por Procesos	73
Gráfico 18. Análisis FODA	81
Gráfico 19. Frecuencia de realización de fiestas infantiles de los encuestados.....	90
Gráfico 20. Lugar de preferencia para realizar fiestas infantiles de los encuestados	91
Gráfico 21. Porque no prefiere un local alquilado los encuestados	92
Gráfico 22. Aspectos importantes al seleccionar un local para los encuestados	93
Gráfico 23. Qué día celebran el cumpleaños los encuestados	95
Gráfico 24. Horario de preferencia de los encuestados	96

Gráfico 25. Qué tipo de fiesta prefieren los encuestados.....	97
Gráfico 26. Valor que invirtieron los encuestados.....	98
Gráfico 27. Tiempo que tomo al encuestado organizar el evento.....	99
Gráfico 28. Como encontró lo necesario para el evento el encuestado	100
Gráfico 29. Los encuestados contratarían un Centro integral de fiestas infantiles	101
Gráfico 30. Aspectos importantes a la hora de elegir un local para los encuestados	102
Gráfico 31. Que medio prefieren los encuestados para recibir información del Centro integral de fiestas infantiles.....	104
Gráfico 32. Número de niños según rango de edad en la familia de los encuestados	105
Gráfico 33. Rango de ingreso mensual de los encuestados	106
Gráfico 34. Ocupación de los encuestados	107
Gráfico 35. Paquete No. 1 Niños de 1 a 5 años	123
Gráfico 36. Paquete No 2. Niños de 6 a 12 años	124
Gráfico 37. Logo Nfiesta2	131
Gráfico 38. Valla publicitaria	131
Gráfico 39. Informativo 1	131
Gráfico 40. Sobre	132
Gráfico 41. Tarjeta de presentación	133
Gráfico 42. Hoja membretada.....	133
Gráfico 44. Uniforme para niños de 1 a 5 años	134
Gráfico 43. Uniforme para niños de 6 a 12 años	134
Gráfico 45. Micro localización de Quito	137
Gráfico 46. Localización.....	139
Gráfico 47. Flujo grama de procesos	141
Gráfico 48. Organigrama estructural	145

Gráfico 49. Organigrama posicional.....	146
Gráfico 50. Planta baja Centro Integral de fiestas infantiles	153
Gráfico 51. Planta alta Centro Integral de fiestas infantiles	154
Gráfico 52. Logotipo del Centro Integral de Fiestas Infantiles	159
Gráfico 53. Representación gráfica del Punto de Equilibrio	180

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES

1.1 INTRODUCCIÓN

La pequeña y mediana empresa PYME, sin duda alguna son de vital importancia para el desarrollo de la economía de un país, ya que a través de ella se genera empleo directa e indirectamente, ocasionando la producción o prestación de servicios y generando riqueza.

En la actualidad en nuestro país se obtiene apoyo por parte del gobierno y entidades financieras para la creación de empresas que oferten servicios diferentes y que puedan generar empleo, es por esta razón, que se pretende crear una microempresa que atienda el sector de fiestas infantiles, presentando un modelo fresco e innovador para la realización de este tipo de eventos.

En el presente trabajo se propone la creación de un Centro Integral de Fiestas Infantiles con diferentes Ambientes en el sector del Valle de los Chillos, satisfaciendo así las necesidades de la población, ya que la oferta en el sector es limitada y no ofrece una distracción novedosa ni exclusiva dentro de la organización de estos eventos.

El plan de negocios propuesto, buscará cumplir y sobrepasar las expectativas de los clientes en cuanto a la diversión que se pueda ofrecer en una fiesta de cumpleaños, brindando una nueva alternativa en la que los niños puedan disfrutar, explorar y divertirse en el día de su onomástico junto a sus amigos y familiares cercanos, haciendo de este día algo memorable.

1.2 ANTECEDENTES

En la actualidad el festejo de un cumpleaños de niños en edad escolar, se ha convertido en un gran reto para los padres de familia, atrás quedó el ser un simple evento en el que se invitaba a unos cuantos amigos y familiares a casa, se servía bocaditos, realizaban algunos juegos y soplaban la vela. Hoy en día, es un gran acontecimiento en el que los padres se esmeran, ya sea tomando la que creen es la mejor opción en el servicio de Fiestas Infantiles u organizando el evento con la contratación de todos los servicios de manera separada, todo con la intención de que sea un día especial y recordado por su hijo con mucho agrado, por lo que no escatiman esfuerzo ni gastos para lograrlo.

Cuando se habla de fiestas infantiles las opciones son varias, entre alquiler de salones, animadores, decoración, alimentación, accesorios como inflables, resbaladeras, máquinas de algodón, granizados entre otros, las ofertas son numerosos. Todas estas opciones ofrecen el mismo tipo de servicio sin que exista valor agregado que marque la diferencia entre ellos, convirtiendo así en una oferta abundante pero no diferente.

Por otra parte, las cadenas de comida ofrecen como un servicio adicional la organización de fiestas infantiles en sus instalaciones, pero varios de ellos no ofrecen exclusividad, y este servicio solo se enmarca en el uso libre del espacio, un momento de animación con personal del lugar, pocos juegos y soplar la vela. Esto hace que sea un servicio poco personalizado y que en ocasiones no deje una buena experiencia.

Tomando en cuenta las opciones que existen en el mercado, ya sea que lleven la fiesta a su casa, lo haga en un salón privado o en los locales de diversión ya existentes, los servicios son

muy similares entre ellos, que generalmente consta de 2 horas de juego libre, una hora de animación con los personajes elegidos por los niños, unos bocaditos básicos y como servicios extras, show de magia, caritas pintadas, globoflexia, bocaditos, etc. Dejando al padre de familia el dilema en la selección del servicio como único factor diferencial el precio a pagar.

Cualquiera haya sido su elección una vez realizada la fiesta, en varios locales no existe una post venta o encuesta de satisfacción, lo que no permite tener datos de cuán conformes están los clientes con el servicio entregado, si la diversión y la comida cumplió con sus expectativas y lo que es más importante, sondear nuevas ideas y necesidades que surjan de los niños como consumidores principales del servicio, y de los padres quienes costean la realización del evento.

Si se toma en cuenta lo anteriormente expuesto y a eso se le suma la realidad actual del consumidor, se puede evidenciar que las personas cada vez cuentan con menos tiempo libre, lo que las obliga a buscar servicios prácticos y completos que cubran sus necesidades y que le brinden seguridad, comodidad y satisfacción.

Es por esto, que nace la propuesta de la creación de un Centro Integral para la realización de Fiestas Infantiles, con diferentes ambientes en el sector del Valle de los Chillos, lugar en el que no existe una oferta abundante más la demanda existente si es amplia.

El Centro Integral de Fiestas Infantiles propone un concepto renovador en la organización de fiestas, donde los padres de familia no tendrán que preocuparse de ningún detalle del evento. El centro se especializará en fiestas de cumpleaños, brindando un servicio diferenciado, exclusivo y divertido, haciendo de este evento algo especial y recordado.

1.3PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

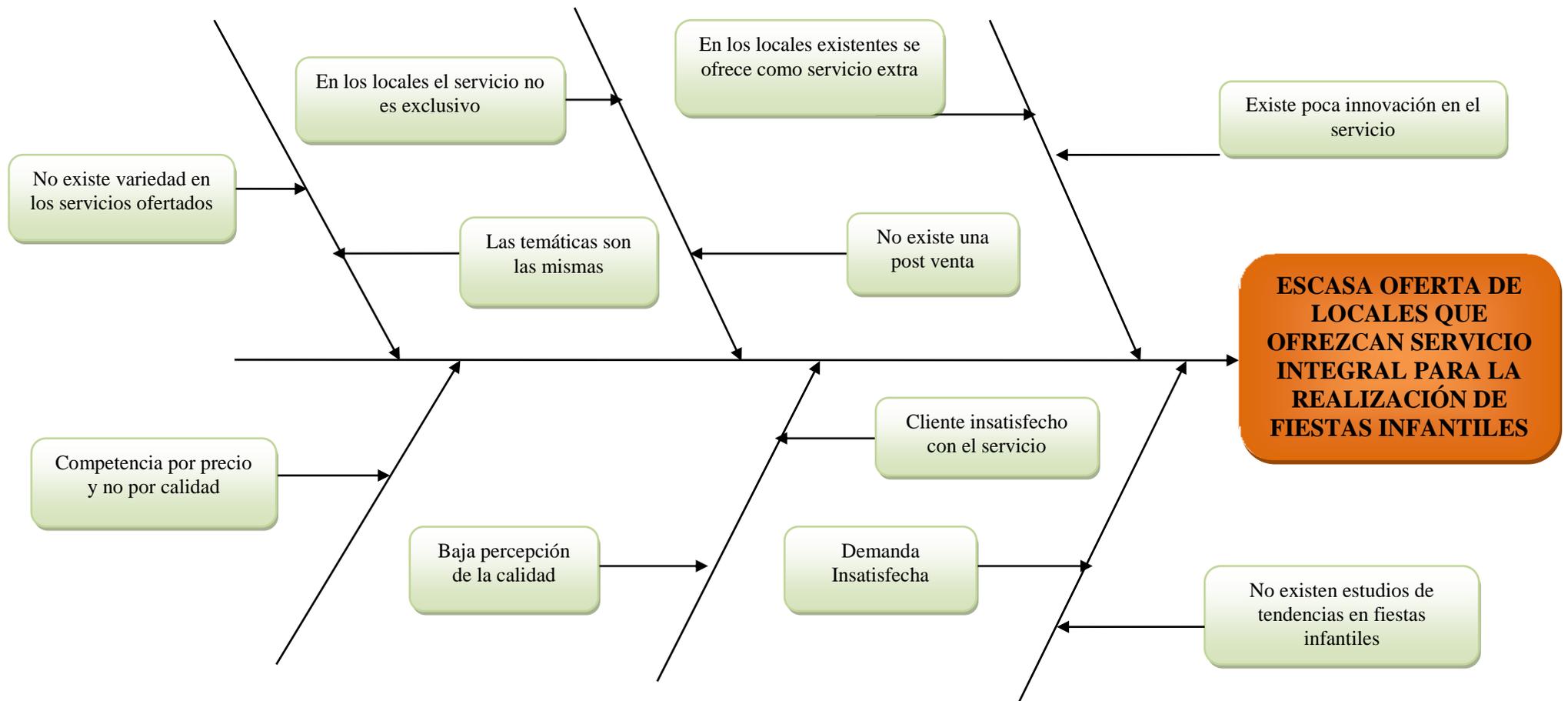
El segmento de Fiestas Infantiles en la ciudad de Quito es numeroso, existen muchos locales y pequeñas empresas que ofrecen este tipo de servicios, pero se ha analizado que lo ofrecido carece de exclusividad o de innovación, haciendo de este un mercado estándar y muy común entre ellos, diferenciándose básicamente en el precio impuesto.

Específicamente en el Valle de los Chillos, lugar propuesto para el proyecto, la oferta de estos servicios se reduce, por lo que se ha visto la necesidad y oportunidad de atacar este nicho de mercado y crear el Centro Integral para la realización de fiestas infantiles con diferentes ambientes, que brinde un momento de diversión, esparcimiento y seguridad a los clientes, y cumplir así con el objetivo de que sea un día recordado por todos.

El problema de investigación se resume en la escasa oferta de servicios de organización de fiestas infantiles en el sector del Valle de los Chillos.

1.4 DIAGNÓSTICO Y SITUACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMA

Gráfico 1. Diagrama de Ishikawa



Elaborado por: Daniela Serrano

- Existe poca innovación en el servicio: el mercado de fiestas infantiles es muy variado y novedoso, sin embargo la oferta existente es repetitiva para cada cumpleaños realizado.
- Las principales empresas que prestan el servicio de realización de fiestas infantiles en el sector del Valle de los Chillos lo toman como un servicio complementario pero el giro principal de su negocio es otro, por lo que no le dan el impulso requerido a este segmento por lo que el cumpleaños comparte el establecimiento con muchas personas que van a comer o a divertirse en estos establecimientos.
- El servicio que prestan dichas empresas es poco personalizado y no realizan una post venta, herramienta importante para medir la satisfacción del cliente.
- De acuerdo a la investigación realizada el servicio es muy similar entre la competencia, enmarcado básicamente en tiempo de juego libre en el establecimiento elegido, una mesa de snacks y el canto al cumpleaños.
- La información en cuanto a tendencia del mercado es escasa, a pesar de ser un segmento muy amplio y de gran demanda no existe mucha información referencial de manera formal.
- Los clientes que hacen uso de estos servicios se sienten insatisfechos con el producto final entregado.
- El precio establecido se da por la competencia y no por la calidad de servicio entregado.

1.4.1 Formulación del problema

De acuerdo al estudio y análisis de la situación actual en torno a la realización de fiestas infantiles en el sector del Valle de los Chillos, se puede decir que el problema es la “Escasa oferta de locales que ofrezcan servicio integral para la realización de fiestas infantiles”

1.4.2 Sistematización del problema

- ¿Cuál es la demanda de servicio de fiestas infantiles, la competencia y las tendencias de consumo en la realización de este tipo de eventos?
- ¿Qué estrategias son las más idóneas para el ingreso de un negocio al mercado de Fiestas Infantiles?
- ¿Qué estructura organizacional y administrativa deberá tener el negocio para cumplir con las expectativas del mercado?
- ¿Es factible y rentable la creación de un negocio especializado en fiestas infantiles?

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General

Realizar un Plan de Negocio para la creación de un Centro Integral para la realización de Fiestas Infantiles con diferentes ambientes en el sector del Valle de los Chillos.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Analizar el mercado de fiestas infantiles, la competencia y las tendencias de consumo en la realización de este tipo de eventos.
- Definir las estrategias idóneas para el ingreso del Centro Integral de Fiestas Infantiles en el mercado.
- Determinar la estructura organizacional y administrativa de manera óptima para el funcionamiento del Centro Integral de Fiestas Infantiles.
- Comprobar si la creación del negocio es factible y rentable en el tiempo.

1.6 JUSTIFICACIÓN

En el Valle de los Chillos la oferta existente para la realización de fiestas infantiles es escasa y poco diferencial, por otro lado la demanda en este tipo de servicios es suficiente para atacar este nicho de mercado y satisfacer los requerimientos de dicha población.

El sector de fiestas infantiles cada vez ha ido tomando fuerza dentro de mercado de entretenimiento de los más pequeños, por lo que la prestación de este servicio es cada vez más frecuente y los requerimientos de los usuarios son exigentes y refinados.

Con la creación de un Centro integral para la realización de fiestas infantiles con diferentes ambientes en el sector del Valle de los Chillos, se pretende dar más impulso a la economía del sector, cubrir la demanda insatisfecha y brindar un servicio diferente, innovador y divertido a la población que lo requiera.

1.6.1 Impacto social

Plazas de empleo, desarrollo del sector, aporte a las familias y crecimiento de los espacios de esparcimiento como un modelo de diversión que aporta al ocio.

1.6.2 Impacto metodológico

La investigación aportó con un modelo de gestión para empresas integrales en servicios, como fuente para nuevas investigaciones relacionadas con los servicios y actividades de diversión, así como la transversalidad de negocios cuyo corebusiness está vinculado a la preparación de alimentos y bebidas.

1.6.3 Impacto Práctico

A partir de la investigación se consiguió esquematizar el modelo de negocio a implementar en el sector del Valle de los Chillos, de forma que el emprendimiento pueda ser ejecutado y obtener una fuente de ingresos relevante para sus socios; por otro lado, este modelo servirá como esquema para nuevos emprendimiento y mejoras en la idea original por parte de su autora.

1.6.4 Alcance

La investigación se centra en el análisis del mercado del sector del Valle de los Chillos en el año 2016, con una proyección de datos financieros del negocio a cinco años posteriores.

1.6.5 Limitaciones

La falta de información actual en torno a la realización de fiestas infantiles, a las tendencias de mercado, y la oferta existente poco similar a la propuesta, fue un limitante primordial para la realización del presente trabajo.

1.6.6 Idea a defender

La creación de un Centro Integral de fiestas infantiles en el sector del Valle de los Chillos es factible desde el punto de vista técnico y financiero.

CAPITULO II

2. MARCOS DE REFERENCIA

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Plan de Negocio

2.1.1.1. Significado

Para Flores (2012), el Plan de Negocio es la elaboración y puesta en marcha de un proyecto de inversión, que se presenta de manera formal y escrita, donde se identifica una idea, y la comercialización de un producto o servicio que satisfaga la necesidad del consumidor y de esta manera el empresario cumpla con los objetivos propuestos.

Por otra parte Velasco (2007) indica también que el Plan de Negocio es una herramienta elemental que sirve como punto de partida para un emprendimiento empresarial. Este documento que debe presentarse por escrito, en él se plasma las ideas y formas de llevarlas a cabo, también se indican los objetivos que se pretende alcanzar y las estrategias que se implementarían para lograr dichos objetivos.

En otras palabras, el Plan de Negocio es la manera más acertada, lógica y ordenada de emprender un negocio, hoy en día se ha convertido en un paso importante y fundamental en la creación de una empresa, permitiendo un punto de partida más ordenado, con las estrategias bien establecidas, lo que se traducirá en un ahorro de tiempo y dinero. El analizar todos los entornos, posibilidades y dificultades que surjan en la creación de la empresa es una fortaleza para alcanzar los objetivos y metas planteadas.

Al elaborar un plan de negocios, el empresario está resguardando su inversión, puesto que al finalizar el mismo se podrá analizar qué tan viable es la puesta en marcha del negocio, y si

los objetivos propuestos se alcanzarán de manera positiva, creando así un camino más certero y de duración para la futura empresa.

2.1.1.2 Etapas de la elaboración de un plan de negocio

Según Canelos (2003), se señala que el plan de negocio está compuesto por tres etapas, que son:

- a. Primera etapa: se identificará una necesidad o deseo común en la sociedad o el nicho que se pretende atacar, de esta manera se identifica el bien o servicio que satisfaga tal necesidad creada en el consumidor.

- b. Segunda etapa: se desarrolla la idea del negocio que se pretende crear para satisfacer las necesidades del consumidor, a través de la sistematización de la información más relevante con la que se podrá determinar la inversión, costos y beneficios. Esta etapa se reconocen 2 subetapas.
 - a. En la primera se recopilar información existente, y se crea nueva información.
 - b. En la segunda, que se encarga de sistematizar en términos monetarios, la información disponible para la construcción del flujo de caja proyectado que servirá para la evaluación del proyecto.

- c. Tercera Etapa: en esta etapa se evaluará el proyecto, es decir, se medirá la rentabilidad de la inversión. Esta etapa consta de 3 sub-etapas.
 - Se mide la rentabilidad del proyecto, a través de un flujo de caja proyectada sobre una serie de supuestos.

- Se analiza las variables cualitativas, en base a los elementos no cuantificables que juegan un papel importante para analizar si es viable o no realizar el proyecto.
- Se identifica debilidades y las variables que al ser diferente al previsto, pueden influir directamente en la ejecución del proyecto y su rentabilidad.

Pero hay que tener muy claro que cuando se habla de un plan de negocios no hay un único esquema definido y que se aplique como regla general. Para Harvard Business School Publishing (2007), el esquema para la elaboración de un Plan de Negocios consta de las siguientes partes:

- Portada y tabla de contenidos
- Resumen ejecutivo
- Descripción del negocio
- Análisis del entorno del negocio
- Antecedentes del sector
- Análisis competitivo
- Análisis del mercado
- Plan de marketing
- Plan de operaciones
- Equipo de gestión
- Plan financiero
- Información adjunta e hitos propuestos.

Tabla de portada y contenidos: La portada es lo primero que va a ser visto por la audiencia, y necesita tener un aspecto organizado y profesional, debe constar el nombre del

negocio, contacto, logo de la empresa, estará la tabla de contenido que permitirá tener una visión general de los temas que serán tratados.(Harvard BussinesCorporation, 2007).

En esta sección el lector puede darse cuenta de que si el trabajo tiene la información necesaria y de manera ordenada, lo que denotaría un trabajo bien realizado.

Resumen Ejecutivo:Harvard BussinesCorporation (2007), indica que el resumen ejecutivo es una presentación concisa del plan de negocios, en ella se redacta los puntos importantes desarrollados dentro del plan, lo que permitirá tener una idea clara del negocio que se está exponiendo, la información que debería constar en el resumen ejecutivo es la siguiente:

- El entorno del sector y del mercado donde se desarrollará el negocio.
- La oportunidad única y especial del negocio, el cómo el proyecto cubrirá una necesidad dentro del mercado.
- La estrategia clave que permitirá marcar la diferencia dentro del mercado.
- El potencial financiero
- El equipo de dirección
- Los recursos y capital que se empleará

El resumen ejecutivo es de mucha importancia, ya que es con este escrito se pretende atrapar el interés del inversionista y que termine leyendo el proyecto completo. El resumen ejecutivo, como su palabra lo indica son los puntos más relevantes del proyecto, se lo realiza una vez se haya concluido con la elaboración del plan de negocios de manera que se plasma en él, la importancia y viabilidad del proyecto, por esta razón debe ser escrito de manera correcta, no debe ser muy extenso, debe ser claro, preciso y directo.

Descripción del negocio: es el resumen del negocio en sí, en esta sección se presenta el proyecto haciendo énfasis en sus cualidades dentro del entorno en el que se desarrollará el proyecto. Se presentará los antecedentes más relevantes que permitan dejar claro del porqué es una buena idea el negocio planteado. (Harvard BusinessCorporation,2007).

Es importante que la descripción del negocio empiece con la VISION y MISION de la empresa para demostrar que la idea del nuevo negocio está fundamentada, bien establecida que cuenta con proyecciones, aspiraciones y objetivos.

La elaboración de la visión, la misión y los objetivos estratégicos constituyen dentro de una empresa guías que permiten clarificar un deseo o aspiración que se tienen en cuanto al futuro de la compañía así como el fijar objetivos a corto y largo plazo, de los que además son partícipes todas las personas que forman parte del equipo.

Gráfico 2. Visión Misión y Objetivos



Fuente: Martínez & Milla

Para Martínez & Milla (2012), *la visión* es “la declaración que determina donde queremos llegar en el futuro” (p.21), la idea de una visión es imaginar lo que queremos para la empresa,

este mensaje debe ser motivador, de tal manera que los colaboradores se inspiren para llegar a ser lo que quieren ser. Para establecer la visión debe responder las siguientes preguntas:

- ¿Qué quiere conseguir la empresa?
- ¿Cuáles son los valores en los que se enmarcará la empresa?
- ¿Cómo obtendrá los resultados deseados?
- ¿Qué estrategia se empleará para dar los resultados deseados?
- ¿De qué manera nos enfrentaremos al cambio?
- ¿De qué manera lograremos ser competitivos?

La misión de una empresa indica la razón de ser de la misma, su definición se enmarca en la actividad que va a desarrollar ya sea de servicio o de producción, expresa su objetivo principal y los valores con los que trabajará. Al igual que en la visión la misión también responde a preguntas como las siguientes: (Editorial Vértice, 2008)

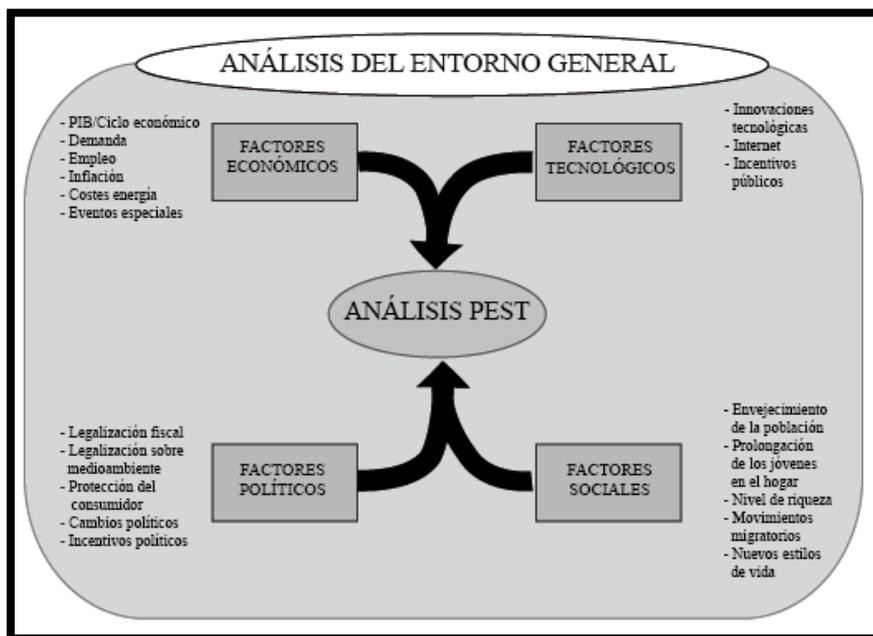
- ¿Por qué y para qué está la empresa en el mercado?
- ¿Cuál es la actividad de la empresa?
- ¿Dónde está ahora la empresa y donde estará en el corto y mediano plazo?
- ¿Cuál es el mercado objetivo?
- ¿Cuáles son nuestros principales productos y servicios?

Objetivos estratégicos son los propósitos generales que se fijado la empresa en el área estratégica, del como lo van a lograr alcanzar su objetivos generarles, se basan en la visión y misión de la empresa, estos objetivos deben ser claros, coherentes, medibles, alcanzables y motivadores de tal manera que las personas que conformen la empresa creen en ellos y trabajen en conjunto para lograrlos.

Análisis del entorno del negocio: en esta sección se investiga el macro entorno del negocio que se refiere a factores demográficos, tecnológicos, políticos, económicos, político legal y sociocultural, en el micro entorno se analizará clientes, competidores y proveedores. (Editorial Vértice, 2009).

Para Martínez & Milla (2012), las estrategias que se implementen en una empresa tienen una razón de ser, y responden al análisis del entorno general del negocio. Revisar, pronosticar y explorar el entorno permite identificar tendencias y acontecimientos de vital importancia para el presente y futuro de la empresa. A través de la metodología PETS se puede analizar los factores externos que influyen directa e indirectamente en el desarrollo de la empresa y de los que no se tiene control.

Gráfico 3. Análisis del entorno del negocio



Fuente: Martínez & Milla 2012 p.34

Antecedentes del sector: de acuerdo a Harvard Business Corporation(2007), en este punto se analiza el sector al que se está orientado el nuevo negocio, se define los

establecimientos que ofrece este producto o servicio, se identifica las tendencias importantes dentro de la industria al que se está incursionando y prever los posibles inconveniente que puedan surgir para ingresar al mercado.

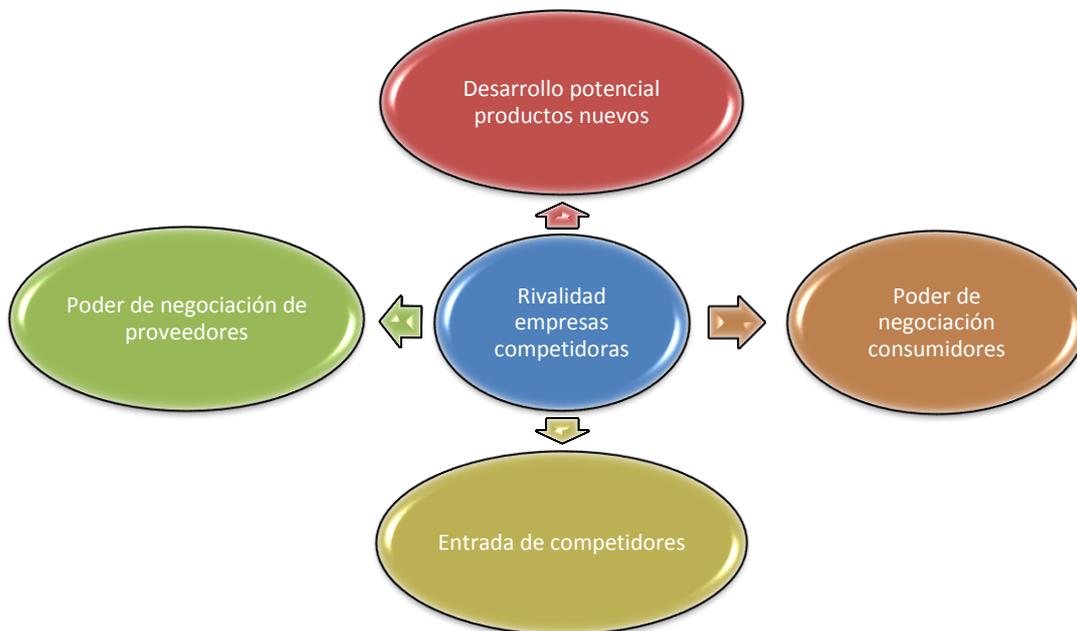
Análisis competitivo: en esta etapa se identifica y analiza a sus competidores, se establece el factor diferenciador, el valor agregado que se dará al nuevo negocio que marque la diferencia con sus competidores directos y se evalúa las amenazas de la competencia. (Harvard Business Corporation, 2007).

Para el análisis competitivo es importante revisar el Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, que analizan claramente el mundo competitivo y su influencia en el desarrollo de la empresa. Estas fuerzas son: (Fernández, p.08)

- Rivalidad entre empresas competidoras: es la fuerza más intensa ya que entre más competidores existan en el mercado el factor diferenciador debe ser más fuerte de manera que se convierta en una ventaja competitiva.
- Entrada potencial de nuevos competidores: el análisis de las posibilidades de que se incremente el mercado del bien o servicio que se oferta es importante ya que a pesar de las diferentes trabas o inconvenientes para entrar en el mercado, puede suceder y que inclusive ofrezcan un servicio o producto de buena calidad a un precio más bajo.
- Desarrollo potencial de productos sustitutos: donde se analiza la posibilidad del ingreso de bienes o servicios de características parecidas con bajos costos que sustituyan al producto o servicio ofrecido.

- Poder de negociación de proveedores: esta fuerza se da cuando el grupo de proveedores tiene poder en sector, ya que puede desencadenar en una subida de precio, tiempo de entrega o calidad del producto.
- Poder de negociación de consumidores: es la fuerza que permite crear esa fidelidad y decisión en el cliente para consumir nuestro producto o servicio.

Gráfico 4. Las 5 fuerzas de Porter



Fuente: Isorid, 2004 p. 28

Análisis del mercado: en el análisis de mercado se debe dejar en claro quiénes serán sus clientes, se realiza una evaluación del tamaño y crecimiento del mercado, y se define el mercado objetivo, hacia donde va dirigida la nueva propuesta de negocio. (Harvard Business Corporation, 2007).

La recopilación de esta información es de vital importancia ya que será la base fundamental para aplicar una estrategia de marketing, ya que aquí se conocerá las preferencias que tienen los consumidores y las exigencias de los mismos.

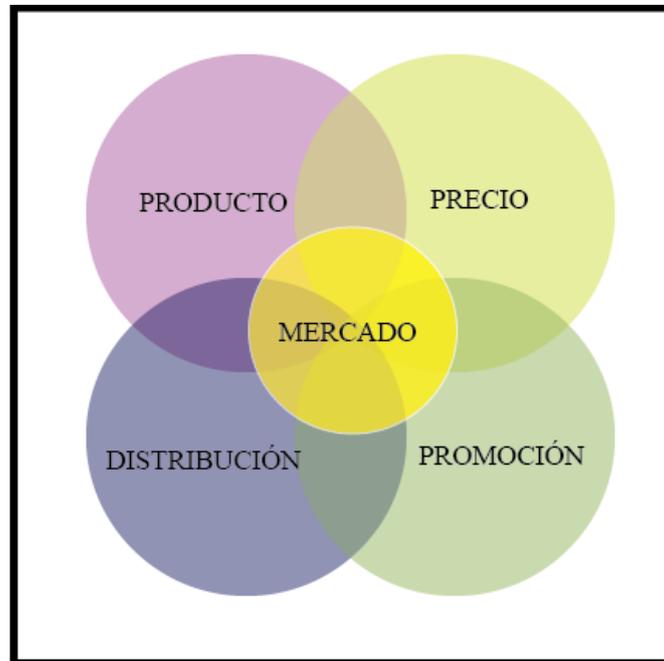
Esta investigación permitirá determinar el perfil del cliente como edad, sexo, nivel socioeconómico, religión, ingresos y el tamaño del potencial mercado, además se conocerá las exigencias que tienen los consumidores en cuanto a un producto o servicio, los canales por los que se puede comercializar, el precio que están dispuestos a pagar y la frecuencia con la que hacen uso de un servicio o producto. Todos estos datos serán de utilidad al momento de implementar una estrategia de tal manera que la empresa tenga oportunidades de ingresar en el mercado de manera firme.

Plan de marketing: para Editorial Vértice (2009), el plan de marketing consiste en tomar decisiones coherentes en base al estudio de mercado que se ha realizado previamente, son las estrategias que se implementarán para lograr que la empresa ingrese al mercado a ofertar el producto o servicio creado. Básicamente se desarrolla el “Marketing Mix”, que son el producto, servicio, precio, distribución y comunicación, el análisis correcto de estas variables nos permitirá tener éxito en la introducción al mercado del producto o servicio que estemos ofertando.

El correcto análisis de estos cuatro factores no asegura un 100% el éxito del producto o servicio, pero si juega un papel importante y fundamental a la hora de tomar una decisión, ya que ahí se analizan los factores principales que un mercader puede utilizar para implementar una estrategia correcta como lo indican 50 Minutos es. (2016) que la calidad de la estrategia que se implemente en el marketing es la coherencia de los 4 factores de la teoría del

marketing mix que se resume en tener el producto correcto en el lugar, precio y momento adecuado.

Gráfico 5. Marketing Mix



Recuperado de: www.mastiposde.com

- **Precio:** esta variable establece el valor monetario al que se comercializará el producto o servicio que se está ofertando, es un elemento muy importante ya que es competitiva, y el factor que puede determinar el consumo del producto o servicio en el cliente.
- **Producto:** es lo que se va a vender, esto puede ser un producto tangible o un servicio que responde a una necesidad del mercado objetivo, esta variable se encarga del estudio de las características que tendría el producto, la calidad, talla, el nombre, la envoltura, la presentación, los servicios y todo lo relacionado al producto en sí, de tal manera que está listo para la entrega al cliente.

- **Plaza:** o distribución, en esta variable se determina el camino que tendrá el producto para llegar a las manos del consumidor, almacenamiento, puntos de venta, canales de venta y demás vías que se utilice para entregar dicho producto al cliente final.
- **Promoción:** en esta variable se analiza la manera en la que el producto o servicio pretende llegar a la mente del consumidor y dar a conocer lo que se está ofertando, de tal manera que cree la necesidad en el cliente de consumir nuestro producto.

Plan de operaciones: en esta etapa se detallará las actividades diarias del negocio, como va a operar en el día a día, en los aspectos organizativos y técnicos del producto o servicio que se ofrecerá en el negocio. (Harvard Business Corporation, 2007).

En esta sección se detalla los diferentes recursos con los que la empresa debe funcionar para fabricar el producto u ofrecer el servicio pensado, se debe detallar los materiales tanto técnicos como humanos con los que debe empezar a operar la empresa.

En esta etapa se deberá especificar la localización geográfica, cuáles serán los costos de mantenimiento mensual ya sean fijos o variables, se debe detallar el equipamiento físico o mobiliario con el que debe contar la empresa, así como las tecnologías que utilizará para su funcionamiento.

Equipo de gestión: en él se detallará el recurso humano necesario que requerirá la empresa para su debido funcionamiento, la estructura organizativa, se definirá los puestos de trabajo, sus funciones así como las competencias que se requiere para desempeñar las diferentes funciones, roles, perfiles.

Plan financiero: en esta sección se mostrará la empresa en números, el capital que se requiere, proyecciones financieras, presupuestos, se analiza el punto de equilibrio en ventas, se evalúa los riesgos y retorno financiero. (Harvard Business Corporation, 2007).

Información adjunta: se entrega información adicional como formato de encuestas, fotografías. Etc.

2.1.1.3 Beneficios de un plan de negocios

Leiva (2007), nos recuerda que el Plan de Negocios es muy importante para quién desea crear su propia empresa, ya que ayuda a evaluar si es factible o no el negocio que se tiene en mente de esta manera J.C. Leiva hace mención a los siguientes beneficios:

- La ventaja principal es que el plan de negocios ahorra tiempo y esfuerzo, ya que, si bien es cierto el realizarlo emplea recursos y tiempo, no es lo mismo que se ponen en práctica el negocio y los resultados no son los esperados.
- Es una ventaja tomándola como una herramienta de diseño ya que se plasma de manera escrita la idea que ha surgido, para convertirla en realidad.
- Tomando como herramienta de reflexión, se puede decir que permite ver las diferentes dificultades que puedan surgir en su creación y anticiparse a las mismas.
- Como herramienta de comunicación y mercadeo, muestra por escrito para que posibles socios, inversionistas, gobierno u otras instituciones crean en la propuesta.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

- **Ambiente:** Por un lado, la palabra ambiente puede referirse al espacio que rodea un cuerpo como puede ser el aire. De igual manera, cuando se quiere expresar la idea de un lugar o ambiente propicio, adecuado o en su defecto agradable, solemos usar la palabra ambiente. Definición Abc, recuperado de: www.definicionabc.com.
- **Demanda:** la demanda para Fisher (2013), es “la cantidad de bienes y servicios que los agentes económicos desean y pueden comprar a un precio dado en un periodo determinado”.
- **Eficacia:** Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera. (Diccionario de la lengua española – edición tricentenario).
- **Eficiencia:** se refiere al uso racional de los medios para alcanzar un objetivo predeterminado. (Diccionario de la lengua española – edición tricentenario)
- **Estrategia:** una estrategia es un plan que especifica una serie de pasos o de conceptos nucleares que tienen como fin la consecución de un determinado objetivo. Recuperado de: www.definicion.mx/estrategia/.
- **Estudio de mercado:** el estudio de mercado se refiere a la investigación de algunas variables sociales y económicas que van a poner en consideración la viabilidad del proyecto. Tiene por finalidad analizar si la oferta y la demanda es suficiente para que

un proyecto sea viable o no. En esta etapa se deben cumplir determinadas acciones para garantizar la calidad del estudio como son: (Canelos, 2003).

- Analizar el mercado objetivo del producto o servicio que se pretende ofrecer e identificar las variables más importantes del mismo.
 - Buscar la información existente del mercado y crear nueva información relevante para el estudio.
 - Procesar y analizar la información recabada.
 - Proyectar su comportamiento a futuro.
-
- **Oferta de mercado:** producto servicio y experiencias: Amstrong&Kotler (2013), señalan que las necesidades y los deseos de los consumidores son satisfechos mediante ofertas de mercado, una combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrecen en un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo. (p.6).

 - **Fiesta temática:** la palabra temática proviene de otra palabra: tema. Así, cuando hablamos de temática se está haciendo referencia al tema que aparece en una exposición, en una presentación, en una charla o en un sinnúmero de situaciones diferentes. Recuperado de:www.definicionabc.com

 - **Oferta:** según White (2007), la oferta hace referencia a “la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado”

- **Planificar:** es la selección y organización de las acciones futuras que deberán ejecutar las personas que trabajan en una empresa. (Marketing Publishing Center, 1994, p.62).
- **Satisfacción del cliente:** grado en el que el desempeño percibido de un producto coincide con las expectativas del consumidor. (Amstrong&Kotler, 2012, p.13).
- **Tendencia del consumidor:** Es el rumbo o dirección que toma el mercado o un segmento de él. (Recuperado de: www.ideaswebperu.com).
- **VAN:** según Vega, en su obra ingeniería económica, “el valor actual neto (van) de una inversión es igual a la suma algebraica de los valores actualizados de los flujos netos de caja asociados a esa inversión... si el valor actual neto de una inversión es positivo, la inversión debe aceptarse, y rechazarse si es negativo”. (A. Mora , 2010;p.268)
- **TIR:** la tasa interna de rendimiento o tasa interna de retorno de la inversión (tir), es un indicador financiero que se utiliza en la evaluación de proyectos para considerar su factibilidad en un proyecto; en otras palabras, evaluar si un proyecto de inversión es o no rentable, cualquiera que sea. Se obtiene calculando el valor actual neto de la inversión y su posible recuperación en el largo plazo, con diferentes alternativas de tasa de interés. (A. Mora, 2010; p.269).

2.3 MARCO REFERENCIAL

Fiesta temática: La palabra temática proviene de otra palabra: tema. Así, cuando hablamos de temática se está haciendo referencia al tema que aparece en una exposición, en una presentación, en una charla o en un sinnúmero de situaciones diferentes. El término como tal puede ser usado tanto como sustantivo (por ejemplo, cuando se dice que la temática de una fiesta es vestir de rosa) como también como adjetivo calificativo (por ejemplo, cuando se dice que es una fiesta temática, lo cual quiere decir que hay un tema específico). Usualmente, el concepto de temática o temático se usa para hacer referencia a situaciones, circunstancias o eventos que se caracterizan por especializarse en algo o por contar con elementos característicos y bien definidos que son, al mismo tiempo, diferenciados de otros. (Recuperado de: www.definicionabc.com)

Ambiente: El término ambiente de acuerdo al uso que se le dé puede referir varias cuestiones. Por un lado, el fluido que rodea un cuerpo, especialmente el aire y que permanece en el espacio físico en el cual se encuentra ese cuerpo. Asimismo, cuando se quiere expresar la idea de ambiente propicio, adecuado o en su defecto agradable, solemos usar la palabra ambiente. Por ejemplo, un bar resulta ser el ambiente ideal para que los grupos de amigos se junten a charlar de la vida, de sus preocupaciones, alegrías, entre otras cosas. (Recuperado de: www.definicionabc.com).

La investigación de este proyecto se basará en las empresas que prestan servicio de organización de fiestas infantiles así como la evolución que ha tenido estos eventos en el tiempo, las tendencias de consumo en este segmento y la innovación que se puede dar a este tipo de negocios.

En la actualidad encontramos en el sector del Valle de los Chillos pocos lugares que presten este servicio, pero el mercado existente no es exclusivo ya que estas empresas prestan sus servicios como complemento al giro mismo del negocio, teniendo así empresas como:

- ✓ Climbing Park
- ✓ Valle Aventura
- ✓ Súpercines
- ✓ Play Zone
- ✓ Ch. Farina
- ✓ Pollo Campero
- ✓ Texas Chicken

Entre las más importantes del sector que realizan celebración de fiestas de cumpleaños pero sin tener un servicio exclusivo ni diferenciado, esto ha provocado que la población acuda a productos sustitutos para gozar de un evento más personal y poder disfrutar del momento.

Esto no siempre resulta ser una experiencia motivadora, ya que son los padres mismos los que tienen que buscar todos los servicios por separado como son la diversión en el alquiler de inflables, juegos de mesa como futbolín, ping pong, contratación de animadores, magos o personajes de preferencia de su niño, los elementos de decoración para el arreglo del local como son los globos, serpentinas, arreglos de mesa y demás novedades de decoración, los snacks que pondrán en la mesa, el pastel, dulces, piñatas, regalos sorpresa para los juegos planificados, la comida que se servirá y en fin un sinnúmero de detalles y preparativos propios del evento. Todos estos preparativos terminan agotando a los padres de familia ya

que el mismo día del evento tendrán que estar pendientes de todo y no podrán disfrutar de lo que ellos mismos prepararon.

El mercado de las fiestas infantiles ha evolucionado de tal manera que hoy en día es difícil satisfacer la gran energía y creatividad que tienen los niños al momento de imaginar su fiesta de cumpleaños por lo que se ha convertido en un gran reto de comercialización de un servicio divertido.

2.4 MARCO LEGAL

2.4.1 Reglamento COPCI

El marco legal con el que se registrará la empresa en sus actividades normales será de Acuerdo al Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI referente a las MIPYMES donde considerará los siguientes artículos.

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.- El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES.

Art. 56.- Registro Único de las MIPYMES.- Se crea el Registro Único de las MIPYMES como una base de datos a cargo del Ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, quien se encargará de administrarlo; para lo cual, todos los Ministerios sectoriales estarán obligados a entregar oportunamente la información que se requiera para su creación y actualización permanente. Este registro permitirá identificar y categorizar a las empresas MIPYMES de producción de bienes, servicios o manufactura, de conformidad con los conceptos, parámetros y criterios definidos en este código. De igual manera, generará una base de datos que permitirá contar con un sistema de información del sector, de las MIPYMES que participen en programas públicos de promoción y apoyo a su desarrollo, o que se beneficien de los incentivos de este código, para que el órgano competente pueda ejercer la rectoría, la definición de políticas públicas, así como facilitar la asistencia y el asesoramiento adecuado a las MIPYMES. Únicamente, para efectos de monitoreo de las políticas públicas que se implementen en este sector, el Ministerio administrador del Registro, podrá solicitar a las MIPYMES que consten en la base de datos, información relacionada con su categorización, en los términos que se determinará en el reglamento.

2.4.2 Requisitos de funcionamiento

Los requisitos legales correspondientes para el funcionamiento del Centro Integral de Fiestas Infantiles en el sector del Valle de los Chillos son los siguientes:

- ✓ RUC (Registro Único de Contribuyentes) de la empresa.
- ✓ Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito.
- ✓ Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

Para actualizar el Registro Único de Contribuyentes de la empresa, para el funcionamiento de la sucursal según el Servicio de Rentas internas 2015, se debe presentar:

- ✓ Original y copia de cédula vigente a color.
- ✓ Original y copia de papeleta de votación.
- ✓ Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Del lugar donde va a funcionar la empresa.

Para obtener la licencia Metropolitana de Funcionamiento en el Municipio de Quito se requiere:

- ✓ Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento.
- ✓ Copia del RUC (Registro Único de Contribuyentes).
- ✓ Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- ✓ Copia del certificado de votación del representante legal.
- ✓ Informe de compatibilidad de uso de suelo.

De acuerdo al Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito para obtener el permiso de funcionamiento se requiere los siguientes documentos:

- ✓ Solicitud de inspección del local.
- ✓ Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- ✓ Copia del RUC (Registro Único de Contribuyentes).
- ✓ Copia de permiso del año anterior
- ✓ Copia de la patente municipal

CAPITULO III

3.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

3.1.1 Análisis de Macro entorno

Los factores macroeconómicos son aquellos que afectan el entorno de la empresa como son: los factores políticos, sociales, demográficos, económicos, tecnológicos y legales, que por ser externos no son controlables por la empresa.

3.1.2 Factor Económico

3.1.2.1 Producto Interno Bruto (PIB)

Con relación a las políticas públicas mantenidas por el gobierno de turno, el cual maneja un modelo económico caracterizado por contar como principal actor al Estado y el gasto público como el mayor dinamizador de la economía; se puede evidenciar que el sector de la Industria relacionada con Otros servicios, tiene una participación del 6,10% del PIB nacional en los últimos 5 años, de acuerdo a los datos publicados por el Banco Central al año 2015.

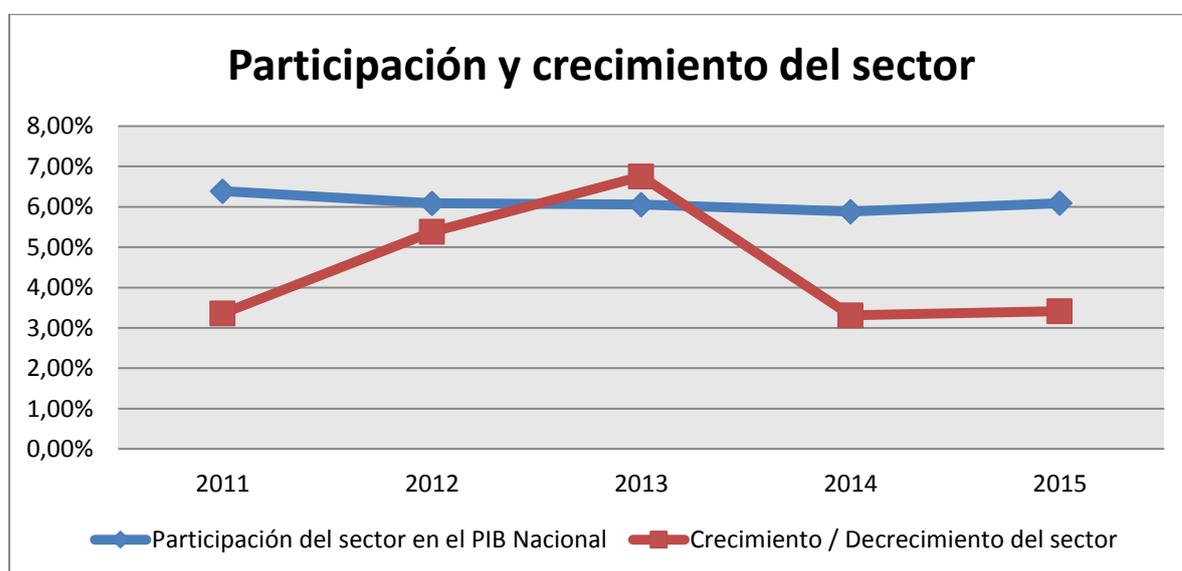
Esta participación activa dentro del PIB nacional de la Industria de Otros servicios, ha tenido un crecimiento significativo durante estos años, teniendo así que del año 2011 al 2012 el crecimiento fue del 3,36%, incrementando su crecimiento al años 2013 con un 5,38%, teniendo su mejor año en el 2014 con un crecimiento del 6,75%, en este sector, para el año 2014 el crecimiento cayó al 3,31% y finalmente en el año 2015 su crecimiento fue de 3,41%. Esto nos demuestra que a pesar de la crisis económica que se siente en el país, el sector al que está enfocado el presente proyecto continúa creciendo.

Tabla 1. Evolución del PIB sector otros servicios

Años	PIB Otros Servicios	PIB Nacional	Participación del sector en el PIB Nacional	Crecimiento / Decrecimiento del sector
2011	5.063.820	79.276.664	6,39%	3,36%
2012	5.351.581	87.924.544	6,09%	5,38%
2013	5.738.987	94.776.170	6,06%	6,75%
2014	5.935.497	100.917.372	5,88%	3,31%
2015	6.145.239	100.871.770	6,09%	3,41%

Fuente: Banco Central del Ecuador (2016)

Gráfico 6. Evolución del PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador (2016)

3.1.1.2 Inflación

La inflación es el indicador que muestra a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), el alza o baja de precios basado en la canasta básica demandado por las personas estratos medios y bajos. En el Ecuador la inflación en los últimos años ha mantenido un promedio de 3,94% desde el año 2011 al año 2015, siendo el mejor año para el país el 2013, ya que la inflación apenas se situó en el 2,70%, en el presente año 2016 de enero a marzo registra un promedio de inflación de 2,67%.

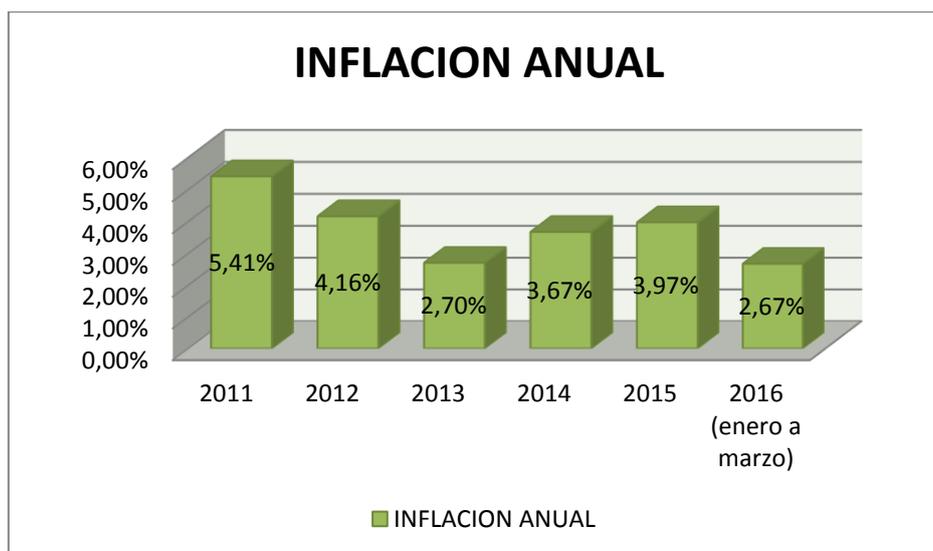
El Ecuador sin duda atraviesa un duro momento en el que la economía se ve afectada y la proyección que se mantiene para el incremento de la inflación no es alentadora, pese a eso es necesario que las empresas no dejen de producir y de ofertar servicios que sin duda reactivarán la economía.

Tabla 2. Inflación Anual

AÑO	INFLACION ANUAL
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	3,97%
2016 (enero a marzo)	2,67%
PROMEDIO	3,76%

Fuente: Banco Central del Ecuador (2016)

Gráfico 7. Inflación anual



Fuente: Banco Central del Ecuador 2016

3.1.1.3 Riesgo País

El riesgo país intenta medir la capacidad que tiene un país de cumplir con sus obligaciones financieras internacionales así de como su estabilidad política, económica y social. Este índice es considerado de vital importancia dentro de la economía, ya que al ser un factor

internacional que analiza las condiciones macroeconómicas de un país influye para poder atraer la inversión extranjera.

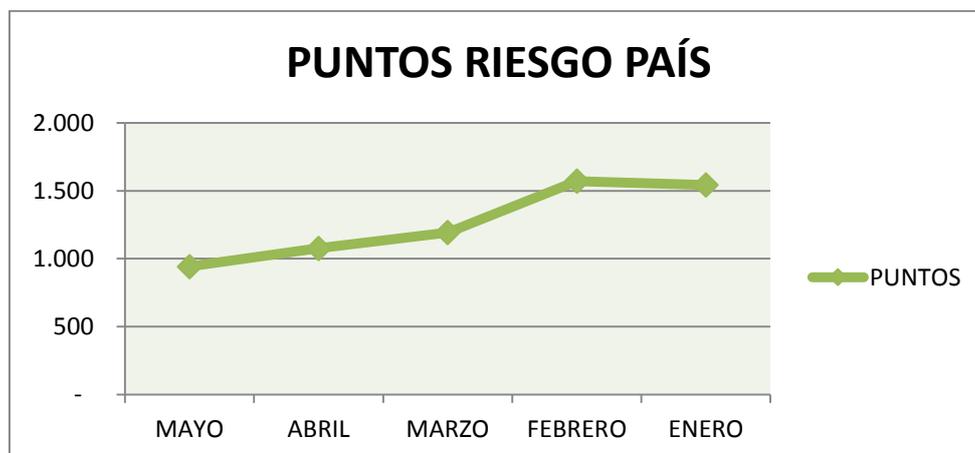
Actualmente el Ecuador ha tenido una baja en los puntos de este indicador debido a los ajustes que se han venido realizando en la economía, siendo así que en el mes de enero se obtuvo un promedio de 1543 puntos, para el mes de febrero se incrementó a 1576 puntos, teniendo una baja a 1193 puntos para el mes de febrero, en el mes de marzo se obtuvo 1077 puntos y finalmente lo que va de mayo teniendo una baja a 942 puntos en promedio.

Tabla 3. Riesgo país

MES	PUNTOS	VARIACION
MAYO	942	0,61%
ABRIL	1.077	-0,53%
MARZO	1.193	-1,18%
FEBRERO	1.572	-0,36%
ENERO	1.543	0,92%
Total general	1.328	-0,28%

Fuente: Ámbito.com (2016)

Gráfico 8. Riesgo país



Fuente: Ámbito.com (2016)

3.1.2 Factor Político

3.1.2.2 Estado y Créditos Productivos

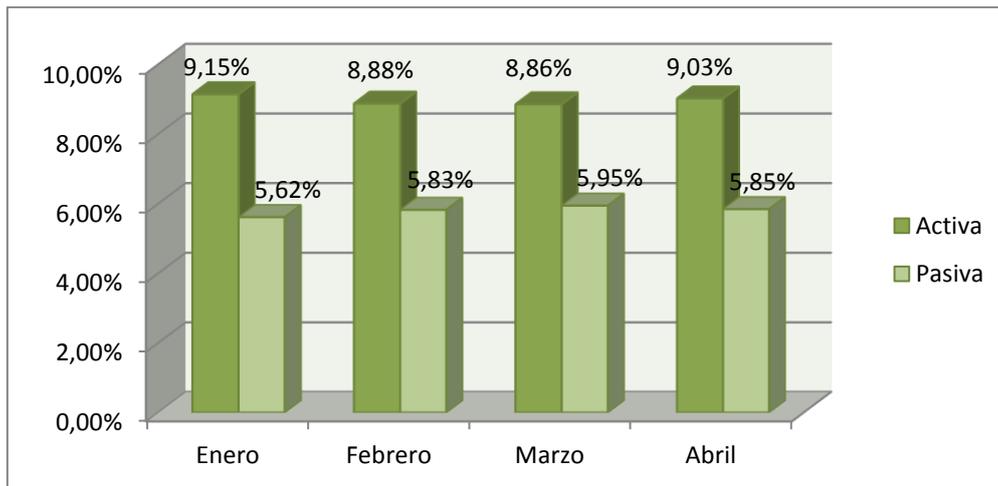
El cambio de la matriz productiva de este gobierno ha permitido que se generen nuevas oportunidades para la creación de nuevas empresas de servicio, con mayores beneficios para créditos como publica El Comercio (2015). El crédito productivo es para Financiar proyectos productivos en los que al menos un 90% sea para adquirir bienes de capital, terrenos, construcción de infraestructura y compra de derechos de propiedad industrial. El microcrédito es el otorgado a una persona natural o jurídica con un nivel de ventas anuales inferior o igual a USD 100 000, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades de producción y/o comercialización en pequeña escala, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, verificados adecuadamente por la entidad del Sistema Financiero Nacional. El comercio (2015).

Tabla 4. Tasas de interés vigentes

	Mes	Activa		Pasiva
2016	Enero	9,15%		5,62%
	Febrero	8,88%		5,83%
	Marzo	8,86%		5,95%
	Abril	9,03%		5,85%

Fuente: Banco Central del Ecuador (2016)

Gráfico 9. Tasas de interés vigentes



Fuente: Banco Central de Ecuador (2016)

3.1.2.3 Matriz Productiva

El proyecto que lleva a cabo el Gobierno actual, es el de cambiar la matriz productiva, incentivando a que el Ecuador deje de ser un país productor únicamente de materia prima sino que a través de su talento humano se pueda convertir en un procesador de la materia prima y así exportar un producto terminado dándole un valor agregado.

Estos beneficios se verán reflejados en una mayor atención en la educación para que se especialice a las personas en ciertos campos, generará mayores emprendimientos y creación de nuevas empresas y por ende fuentes de trabajo.

3.1.3 Factor Social

3.1.3.2 Empleo, Desempleo y subempleo

El Ecuador registra cifras de desempleo tomando en cuenta desde el año 2010 que se situó en el 7,59% teniendo una baja importante para el año 2011 al 6,01%, y de manera favorable y alentadora para el año 2012 con el 4,94% y 2013 con el 4,73%, para el año 2014 esta cifra se incrementó al 5,12% y para el año 2015 5,39, manteniendo el empleo con un promedio de

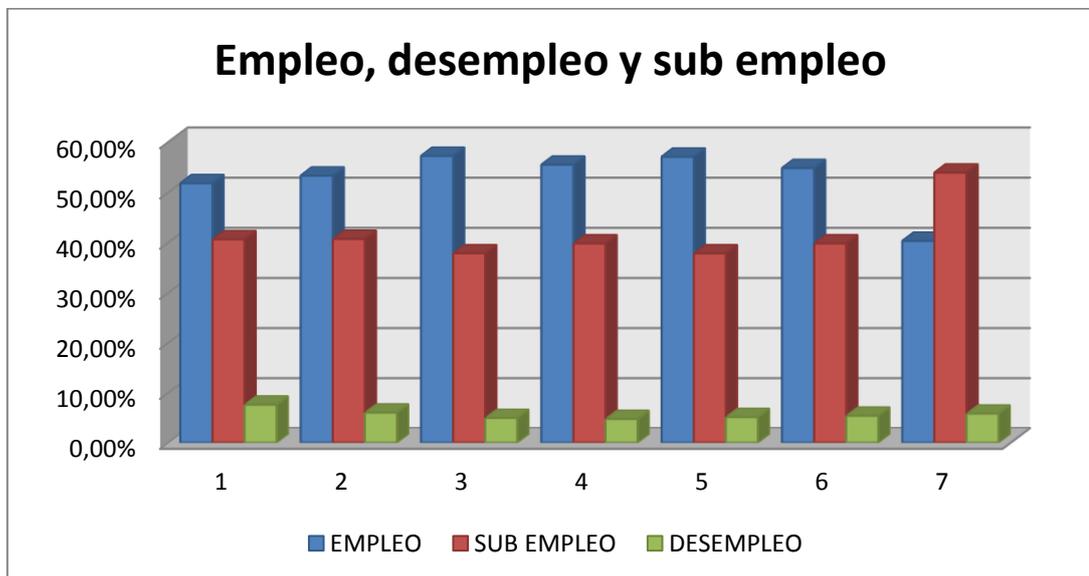
54,95% y el subempleo con un promedio de 39,43%. Estas cifras se han incrementado drásticamente para el primer trimestre del año 2016, quedando así el desempleo en 5,80%, el subempleo con un incremento importante al 53,90% y el empleo bajó al 40,30%.

Tabla 5. Empleo, desempleo y sub empleo

AÑO	EMPLEO	SUB EMPLEO	DESEMPLEO
2.010	51,78%	40,63%	7,59%
2.011	53,30%	40,69%	6,01%
2.012	57,24%	37,83%	4,94%
2.013	55,47%	39,80%	4,73%
2.014	57,07%	37,81%	5,12%
2.015	54,80%	39,81%	5,39%
2.016	40,30%	53,90%	5,80%

Fuente: Banco Central del Ecuador (2016)

Gráfico 10. Empleo, desempleo y sub empleo



Fuente: Banco Central del Ecuador (2016)

3.1.3.3 Ingresos de la población ocupada asalariada

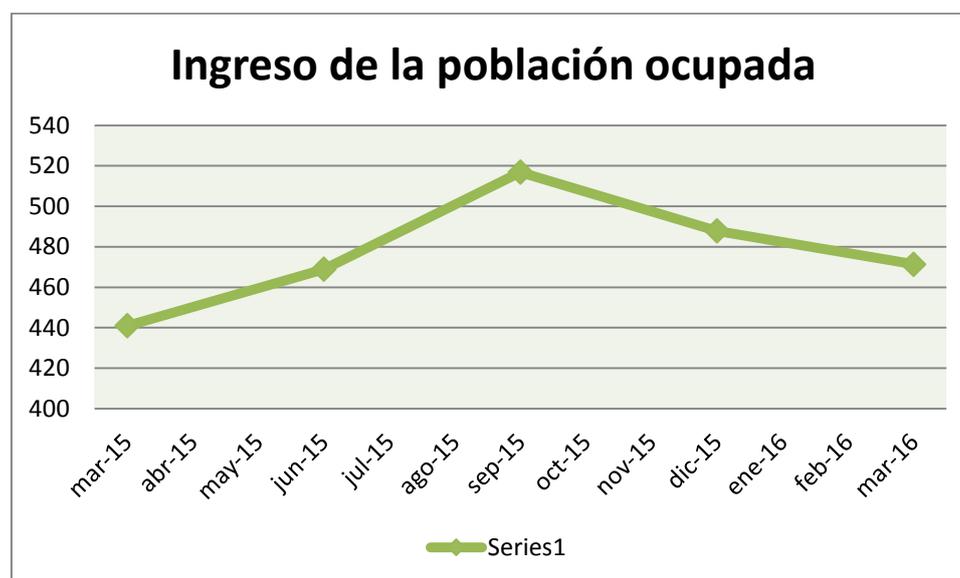
Los ingresos que han percibido las personas que cuentan con un trabajo regulado han tenido una variación a través del tiempo, tomando en cuenta marzo del 2015 el promedio de ingresos de las personas con empleo fue de \$440,98, para junio del mismo año fue de 468,89, mejorando así los ingresos para el mes de septiembre del 2015 con un promedio de ingreso de \$516,88, para diciembre del año 2015 el promedio de ingreso bajó a \$487,83, para marzo del año 2016 el ingreso promedio de las personas es de \$471,35 siendo promedio de ingreso en el hombre de \$529,45 mayor que el ingreso de la mujer que es de \$424,92.

Tabla 6. Ingreso de la población

	mar-15	jun-15	sep-15	dic-15	mar-16
HOMBRE	483,13	519,61	571,84	549,72	522,96
MUJER	398,83	418,17	461,92	425,93	419,75
TOTAL	440,98	468,89	516,88	487,825	471,355

Fuente: Banco Central del Ecuador (2016)

Gráfico 11. Ingreso de la población



Fuente: Banco Central del Ecuador

3.1.3.4 Tendencia de consumo respecto a fiestas infantiles

En la actualidad los niños ha adquirido gran importancia dentro del mundo del consumo, ya que tienen bien definidas sus preferencias y exigencias en cuanto a un producto o servicio que satisfaga sus necesidades. Es por esto que las fiestas infantiles han adquirido mucha importancia dentro de una celebración familiar.

En la actualidad existen en el mercado varias alternativas y tendencias en cuanto a las necesidades y exigencias del consumidor. Esto básicamente se enmarca en un ambiente decorado de acuerdo a personajes de moda para el niño o niña, o un tema específico que podría ser deportivo o animado, un espacio agradable, comida, bebida, dulces y la animación por parte de una persona especializada en diversión para niños donde realizarán actividades de acuerdo a la edad.(Recuperado de: www.entrepreneur.com)

3.1.4 Factor Demográfico

3.1.4.2 Población cantón Rumiñahui

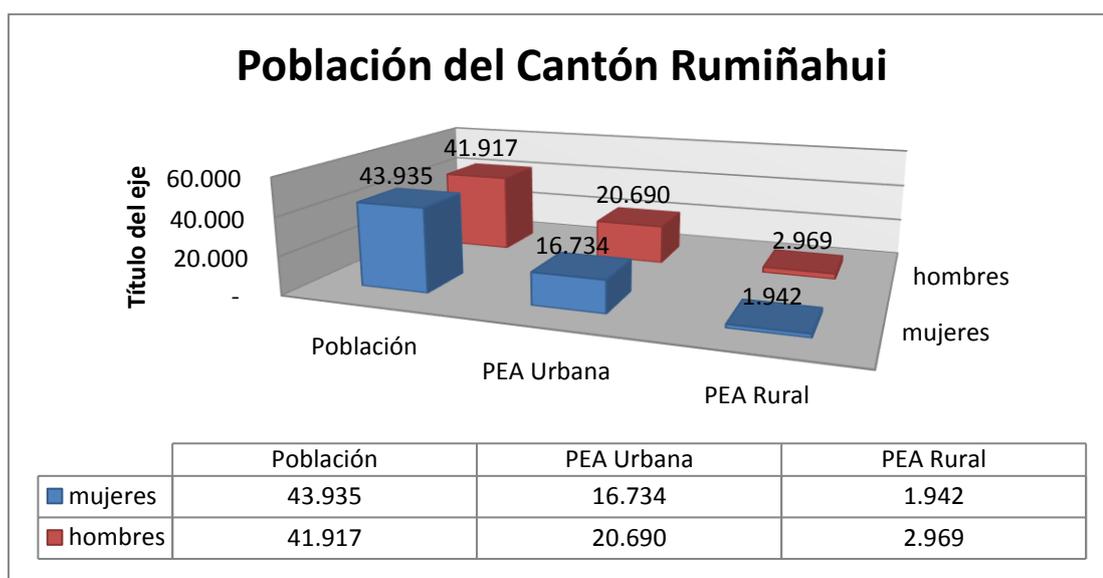
De acuerdo a los datos publicados por el INEC correspondientes al censo 2010, tenemos que la población del Ecuador asciende a 14.483.499 personas. En el cantón Rumiñahui, sector importante donde se centra la presente investigación, tenemos que cuenta con una población de 85.852 habitantes repartidos en la parte urbana con 74.580 habitantes y en el sector rural 10.765 habitantes.

Tabla 7. Población del cantón Rumiñahui

Género	Población	PEA Urbana	PEA Rural	Participación
mujeres	43.935	16.734	1.942	51%
hombres	41.917	20.690	2.969	49%
total	85.852	37.424	4.911	100%

Fuente: INEC (2010)

Gráfico 12. Población del cantón Rumiñahui



Fuente: INEC (2010)

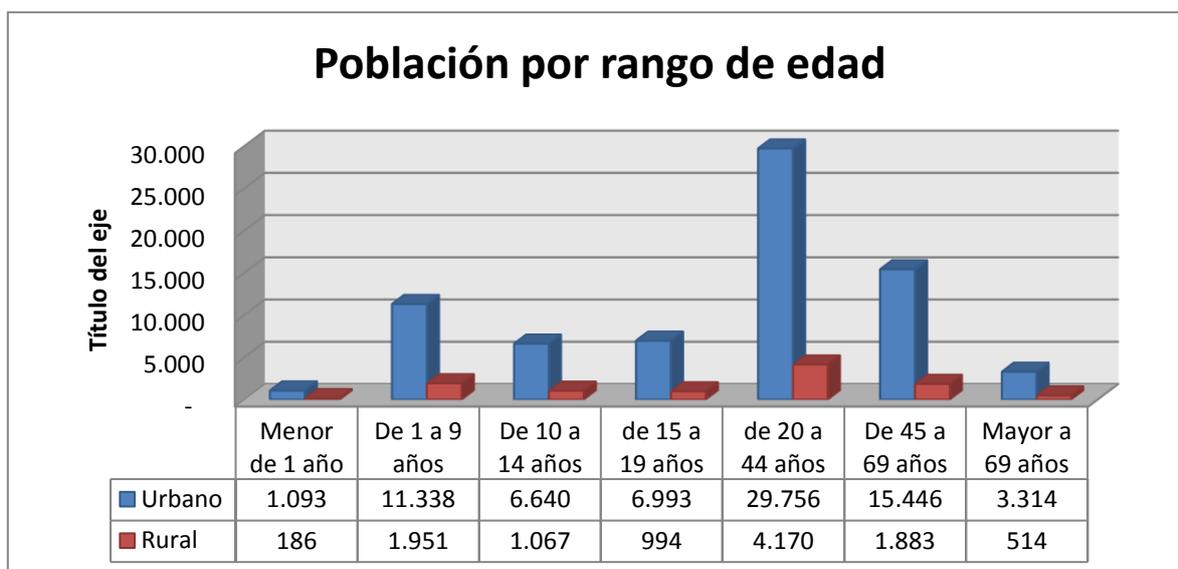
En el cantón Rumiñahui sector del Valle de los Chillos tenemos que el 51% son mujeres, de las cuales 18.766 se encuentran en edad económicamente activa. La población por edades del mercado objetivo de la presente investigación es de niños entre 1 y 9 años 13.289 y niños entre 10 y 14 años 7.707.

Tabla 8. Población del cantón Rumiñahui por rango de edad

Rango de edad	Urbano	Rural
Menor de 1 año	1.093	186
De 1 a 9 años	11.338	1.951
De 10 a 14 años	6.640	1.067
de 15 a 19 años	6.993	994
de 20 a 44 años	29.756	4.170
De 45 a 69 años	15.446	1.883
Mayor a 69 años	3.314	514
TOTAL	74.580	10.765

Fuente: INEC (2010)

Gráfico 13. Población cantón Rumiñahui por rango de edad



Fuente: INEC 2010

3.1.5 Factor Tecnológico

3.1.5.2 Acceso a internet en la población del Valle de los Chillos

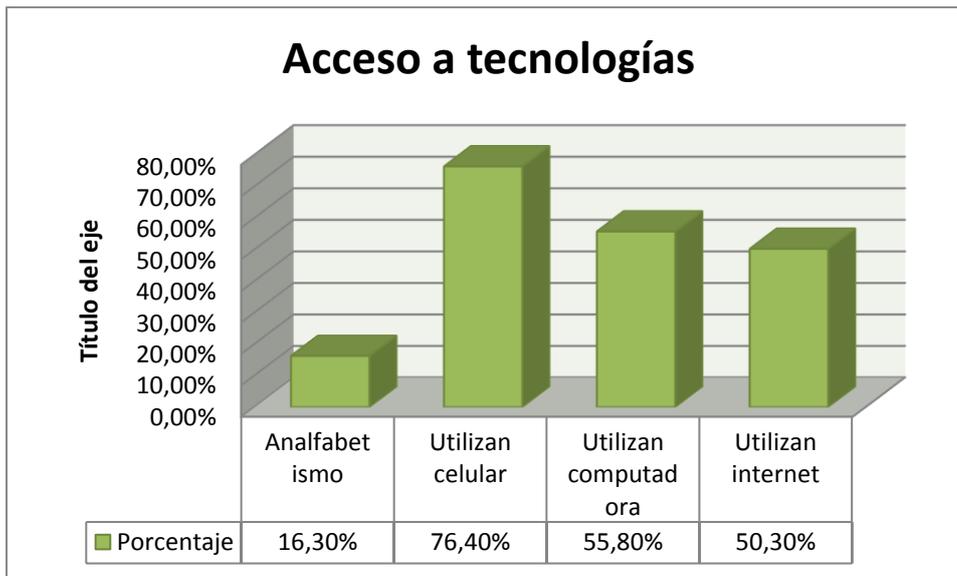
La tecnología está presente en la población del Valle de los Chillos, de acuerdo a cifras presentadas por INEC basados en el censo 2010, la población del cantón Rumiñahui tienen acceso a la tecnología siendo así que existe un analfabetismo digital en personas mayores o igual a 10 años de apenas el 16,3%, el 76,4% utilizan celular, el 55,8% utilizan computadora, y el 50,3% utilizan internet.

Tabla 9. Acceso de la población a tecnologías

Acceso a tecnologías	Porcentaje
Analfabetismo tecnológico	16,30%
Utilizan celular	76,40%
Utilizan computadora	55,80%
Utilizan internet	50,30%

Fuente: INEC (2010)

Gráfico 14. Acceso de la población a tecnologías



Fuente: INEC (2010)

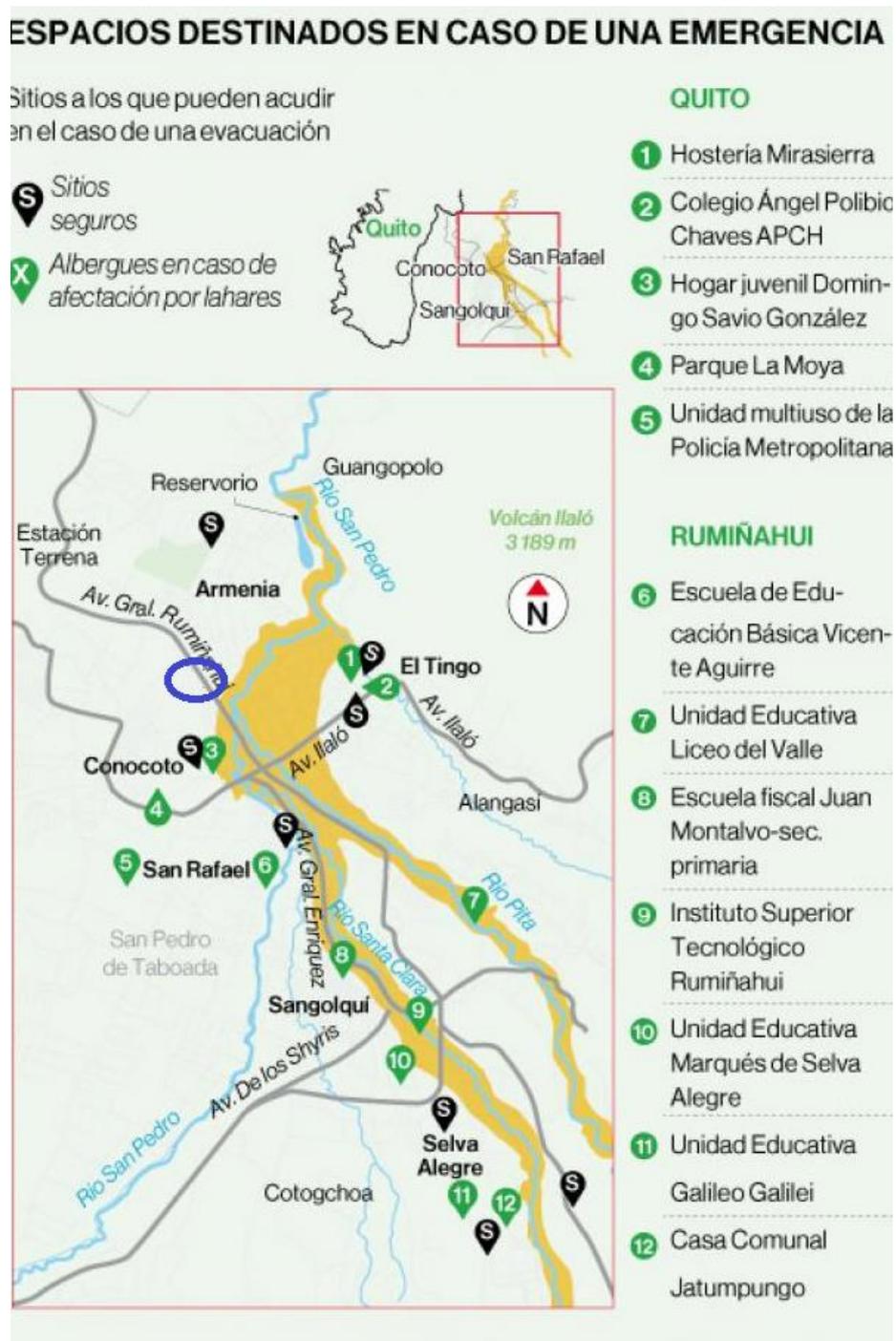
3.1.5.3 Tecnologías utilizadas para la diversión en las fiestas infantiles

En el mercado de fiestas infantiles la utilización de tecnología no es muy diversa, en ciertos casos la utilización de un retroproyector, una computadora y efectos especiales es lo más utilizado. Las máquinas que se proponen para este tipo de eventos son mecánicas tales como las máquinas de burbujas, máquina de humo, máquina de granizados, canguil, algodón de azúcar, saltarines, futbolines. etc.

3.1.6 Factor Ecológico

El sector del Valle de los Chillos existe la amenaza latente del Volcán Cotopaxi, por lo que la población se encuentra preparada para una eventual evacuación, sin embargo el sector en el que se encuentra ubicado del Centro Integral para la realización de fiestas infantiles está en un lugar seguro en el que no sufriría mayor afectación.

Gráfico 15. Mapa de sitios seguros Rumiñahui



Recuperado de: www.elcomercio.com

3.1.7 Factor Cultural

En la actualidad la realización de fiestas infantiles en se ha constituido en un evento social muy importante dentro de una familia, la influencia del medio y del consumismo ha contribuido a que cada vez se ponga especial esfuerzo, recursos e imaginación para que este

evento se convierta en un día muy especial y recordado por los niños que son los que disfrutan junto a sus amigos y familiares más cercanos.

3.2 MICROENTORNO

3.2.1 Intensidad de la rivalidad de los competidores

En el sector del Valle de los Chillos, la oferta para realizar fiestas infantiles no es muy amplia, existen locales brindan el servicio de fiestas infantiles pero su giro propio del negocio es otro, de tal manera no es de su prioridad el realizar fiestas infantiles por lo que la rivalidad la podríamos catalogar como una rivalidad elegante.

Al existir estos locales como una mayor competencia tenemos que el esfuerzo por cubrir su capacidad instalada es baja por lo que no se percibe un ambiente de competencia en precios. En cuanto a la tasa de crecimiento de estas empresas que prestan los servicios de fiestas infantiles no se releja como un aspecto de impacto, puesto que las empresas que la ofrecen como servicio adicional tienen su propia visión en cuanto al giro principal del negocio y los locales que tienen este servicio como especialidad no presentan crecimiento si no una modificación a los servicios prestados que esto si puede marcar la diferencia entre un local y otro a la hora de que el cliente haga su elección. Dentro de la primera fuerza de Porter también se analizó el factor del costo de cambio que enfrenta el consumidor, que en este caso orientado al negocio de organización de fiestas infantiles no existe mayor impacto puesto que son servicios que no se prestan de manera continua sino cada año o cada cierto tiempo dependiendo los hijos que tengan una familia, por lo que no se puede hablar de una fidelidad completa o continuidad de el uso del servicio de fiestas infantiles en un solo local o de beneficios que se puedan brindar por cliente frecuente. En cuanto a las barreras de salida

que se enfrenta un local especializado en brindar el servicio de fiestas infantiles es alto puesto que la inversión inicial es elevada lo que podría poner a pensar a sus propietarios.

3.2.2 Amenaza de nuevos competidores

Al analizar las amenazas que se presentan en el ingreso de nuevos competidores tenemos que en el sector de fiestas infantiles se puede hablar de un mínimo de niños por fiesta pero no existe una economía de escala que permita reducir costos mientras más niños tenga la fiesta puesto que el servicio es para cada niño por igual, por lo que es un factor que no influye como amenaza, en cuanto a la marca de los competidores, en la industria de fiestas infantiles no existe una marca predominante por lo que la barrea es débil. En el sector de fiestas infantiles el capital requerido para un negocio especializado como tal, es alta por lo que no existe mucha competencia en el mercado.

Al ser un servicio de organización de fiestas infantiles los canales de distribución sería básicamente la publicidad realizada por lo que no existiría ninguna barrera de entrada. Finalmente las regulaciones gubernamentales al momento no afectan en el desarrollo del sector orientado a la organización de fiestas infantiles.

3.2.3 Amenaza de sustitutos

Sin duda alguna el factor de productos sustitutos, si es un factor que afecte a la industria de las fiestas infantiles, puesto que el mayor producto sustituto es que los padres prefieran hacer sus fiestas infantiles en sus propios hogares, encargándose ellos en su totalidad de la organización del evento contratando los servicios de forma separada como son los saltarines, la decoración, las máquinas de canguil, algodón, granizados, animadores, pinta caritas entre

otros y comprando los productos necesarios en supermercados para llevar a cabo la fiesta de su pequeño.

3.2.4 Poder de negociación de proveedores

Los insumos para la organización de fiestas infantiles son muy variados y cada vez existen cosas novedosas y llamativas que pueden generar mucho valor agregado a la hora de realizar el evento, esto ha generado que existan un sinnúmero de empresas proveedoras de estos insumos y materia prima utilizada en cada evento, esto permite que exista cierta ventaja a la hora de negociar el precio y calidad de los insumos con los distintos proveedores que existen en el mercado, asegurando así tener siempre la mejor y más variada materia prima para elegir.

3.2.5 Poder de negociación de consumidores

En el mercado de fiestas infantiles en el sector del Valle de los Chillos se puede hablar de un equilibrio entre los consumidores y los proveedores puesto que los locales que prestan el servicio tienen una tarifa básica que cubre un listado limitado de servicios que ofrece, que básicamente son similares entre ellos, adicional la demanda es suficiente para la oferta establecida en este segmento por lo que se puede hablar que existe un equilibrio en cuanto al precio que se puede ofertar para el consumo del servicio brindado, sin mayor influencia del consumidor.

3.2.6 Análisis de las Fuerzas de Porter

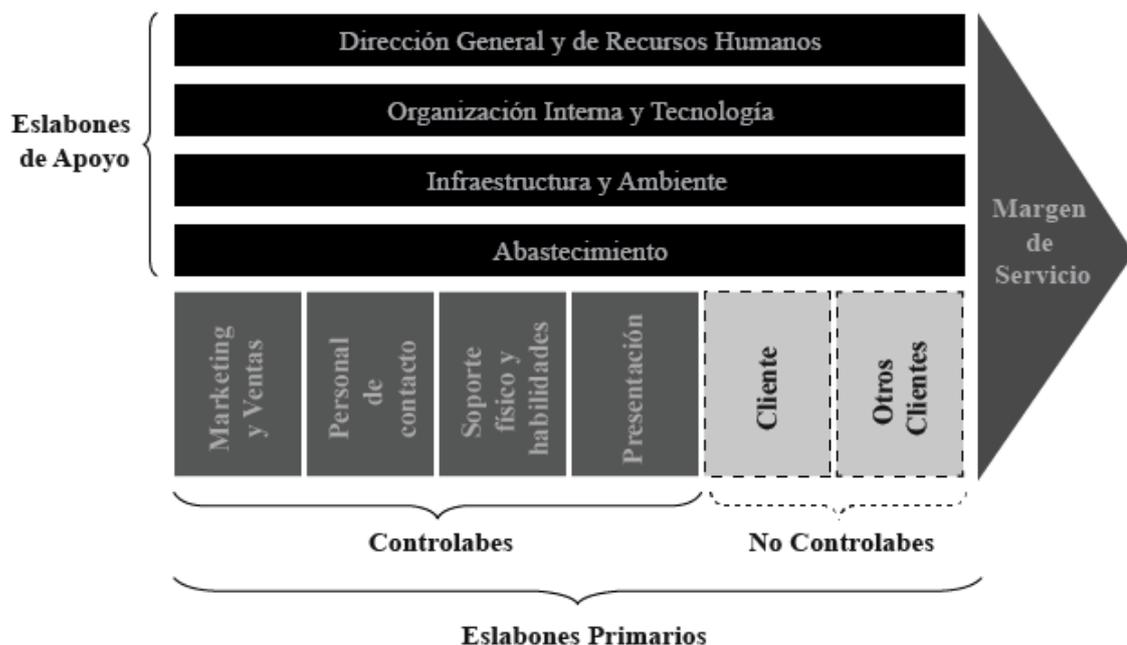
El objetivo del análisis de las cinco fuerzas de Porter, es tener una visión clara de los factores internos que pueden afectar de manera directa el funcionamiento y desarrollo del negocio, por lo que una vez realizado se revisa los puntos que representan un peligro y una

debilidad de tal manera que permita tomar acciones estratégicas para afrontar dichas debilidades y poder ingresar en el mercado de manera más segura.

3.3 CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA

Para Sánchez (2008) la cadena de valor permite obtener la medición de las actividades, procesos y factores que de una u otra manera intervienen en el logro de objetivos y resultados financieros planteados por la empresa.

Gráfico 16. Cadena de Valor



Fuente: recuperado de <http://www.raulpulidopinero.es>

3.3.1 Actividades Primarias

3.3.1.2 Marketing y Ventas

El Centro Integral de para la realización de fiestas infantiles se promocionará a través de una página web en internet y con volantes en las escuelas del sector y en los Centros

Comerciales del Valle de los Chillos como son San Luis Shopping, Plaza del Valle y RiverMall. Adicional a ello como el establecimiento está ubicado a la entrada del Valle de los Chillos paso obligado de todos los habitantes del sector éste tendrá una fachada atractiva y llamativa de tal manera que todas las personas que van al sector podrán conocer del establecimiento.

3.3.1.3 Personal de Contacto

El personal que trabajará en el Centro Integral de fiestas infantiles serán personas jóvenes con actitud y aptitud en el trato con niños y entretenimiento infantil, encargados de precautelar la seguridad de los niños en los diferentes ambientes en los que se desenvuelvan, así como en interactuar con ellos para que su distracción sea supervisada. El personal del Centro Integral de fiestas infantiles estará debidamente uniformado para que los niños puedan identificarlos y solicitar ayuda en caso de necesitarla.

3.3.1.4 Soporte físico

Los padres de familia que decidan quedarse en el lugar podrán tener su espacio sin interrumpir el área de juego de los pequeños, El espacio en el que los niños se desenvolverán y jugarán estarán adecuados especialmente para ellos de tal manera que no corran peligro, estará dotado de un ambiente alegre, divertido, con música adecuada a la edad. Existirán máquinas que aumenten la diversión de los niños como es luces láser, máquina de burbujas, máquinas de algodón de azúcar, granizados, canguil de acuerdo al paquete o solicitudes que hayan elegido sus padres-patrocinadores de la fiesta.

3.3.1.5 Prestación

El servicio que se entregará para la diversión de los niños será exclusivo y de acuerdo a su rango de edad, existirá diversión, juegos entre los niños. Áreas especializadas para niñas donde podrán jugar a ser grandes y sentirse como una estrella, podrán realizarse manicura, pedicura, mascarillas faciales y más actividades de belleza. Los niños tendrán un área especializada de guerra de pistolas laser, con obstáculos para que puedan protegerse y la adrenalina corra por sus venas, contarán con un área donde podrán divertirse aprendiendo,

toda esta diversión será en interacción con el personal capacitado en entretenimiento de fiestas infantiles, compartirán momentos especiales junto a sus amigos y familiares, y algo muy importante, los padres no tendrán que preocuparse de ningún detalle.

3.3.1.6 Cliente (relación con el cliente)

Para tener una buena relación con el cliente se realizará encuestas de satisfacción y una pos venta, se llevará un registro de los eventos realizados así como de los detalles del evento realizado de tal manera que el siguiente año ponernos en contacto para ofrecerle una nueva fiesta con algo diferente para que no sea un evento repetitivo.

3.3.2 Actividades de Apoyo

3.3.2.2 Recursos Humanos

Los recursos con los que contará el Centro Integral de fiestas infantiles será: 1 Gerente General con sólidos conocimientos en el manejo de empresas y operaciones de un negocio, 1 Jefe de Operaciones, 4 personas operativas animadores que se encarguen del cuidado y atención de los niños, estas personas estarán capacitadas en el cuidado de los pequeños, 1 polifuncional que brinde apoyo y soporte a las diferentes áreas de la empresa, 1 persona de mantenimiento técnico que se vele por el buen funcionamiento de la maquinaria y equipo dentro del establecimiento y una persona de limpieza que se encargará del ornato y aseo del establecimiento.

3.3.2.3 Tecnología

La tecnología a utilizarse en el Centro Integral de fiestas infantiles será de dos computadoras, sistema de sonido y video, y un sistema administrativo que permita tener control del movimiento económico de la compañía.

3.3.2.4 Infraestructura

La infraestructura ideada para el Centro Integral de fiestas infantiles es muy atractiva y con las medidas de seguridad que se requiere para salvaguardar la integridad de los niños asistentes a la fiesta. Contará con diferentes ambientes lo que permitirá que los niños se diviertan sin importar su edad y sus preferencias en cuanto a juegos y diversión, existirá desde actividades de relax y concentración hasta actividades que desfoguen energía.

3.3.2.5 Abastecimiento

En el país existen una gran variedad de proveedores que dotan de los materiales necesarios para el desarrollo de la operación, lo que es beneficioso ya que se puede tener productos nuevos, de calidad y en buen precio, ya sea productos para la decoración del local, novedades en temas específicos o para la alimentación y golosinas que se expenda en el evento.

Gráfico 17. Cadena de Valor por Procesos



Elaborado por: Daniela Serrano

3.4 MATRICES DE EVALUACION Y ESTRATEGIAS

Las matrices de evaluación y estrategias es el instrumento de evaluación muy importante que ayuda a los gerentes a desarrollar cuatro tipos de estrategias: estrategias de fortalezas y debilidades, estrategias de debilidades y oportunidades, estrategias de fortalezas y amenazas y estrategias de debilidades y amenazas. La Ponderación del Impacto se aplicará bajo los siguientes parámetros:

Alto Impacto	5
Medio Impacto	3
Bajo impacto	1

Para esto, primero se evaluará los factores externos e internos para el nuevo Centro integral de fiestas infantiles, y a continuación se formula las estrategias que corresponden a cada uno de los factores claves de éxito.

3.4.1 Evaluación de Factores Externos (EFE)

El siguiente cuadro muestra la evaluación de los factores externos: oportunidades – amenazas a través de la Matriz EFE, para observar la capacidad que tiene el sector para hacer frente al medio ambiente de manera positiva o si, por el contrario, no logra aprovechar sus oportunidades y no reacciona adecuadamente a las amenazas.

En la determinación de amenazas y oportunidades se puede observar que tanto las amenazas como las oportunidades están de manera equitativa teniendo así 8 oportunidades versus 8 amenazas, por lo que se espera la empresa pueda beneficiarse del ambiente que la rodea.

Tabla 10. Matriz EFE

ANÁLISIS EXTERNO	PONDERACIÓN	Sin importancia 0,0	
	IMPACTO	Muy importante 1,0	
		Amenaza Importante 1	Oportunidad Menor 3
FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	PESO	Amenaza Menor 2	Oportunidad Importante4
OPORTUNIDADES		IMPACTO	PESO PONDERADO
El sector de Otros servicios ha crecido a pesar de la crisis económica que atraviesa el	0,03	4	0,12
La constante que existe en el interés de la tasa activa permite que las empresas puedan acceder a créditos para su negocio.	0,03	3	0,09
La inflación se ha mantenido en los últimos 4 años de manera constante, sin mayores variaciones, esto hace que las personas consuman más.	0,05	3	0,15
Las barreras de entrada de empresas extranjeras orientadas al modelo de negocio que se pretende iniciar son altas	0,15	4	0,6
Actividad económica nueva con baja intensidad competitiva	0,15	4	0,6
Se puede innovar constantemente para satisfacer necesidades	0,1	4	0,4
Tendencia de consumo establecida principalmente en el mercado femenino	0,08	4	0,32
Potencial para establecer contacto con los clientes a través de la tecnología	0,05	3	0,15
AMENAZAS			
Las políticas actuales del gobierno amenaza el crecimiento del sector	0,08	1	0,08
Reducción en el consumo	0,08	1	0,08
Incremento del desempleo que afecta el ingreso de la clase media	0,05	2	0,1
No se priorizan sectores como el de servicio o comercial a pesar de ser los de mayor actividad económica a nivel nacional (INEC, 2010)	0,01	2	0,02
Limitaciones en el aporte gubernamental al crédito productivo por la recesión	0,04	2	0,08
Incremento del trabajo informal en la organización de fiestas infantiles	0,04	2	0,08
Limitado poder de marca respecto de los competidores	0,03	2	0,06
Competidores con mayor tiempo y experiencia en el Mercado	0,03	2	0,06
TOTAL	1		2,99

Elaborado por: Daniela Serrano

El campo de las fiestas infantiles tiene varias oportunidades considerando como las más importantes la baja competitividad que existe en el mercado por no encontrarse con locales similares o que sean exclusivos en la prestación del servicio que se pretende ofertar.

Sin embargo, la amenaza más fuerte que se detecta es la situación política que atraviesa nuestro país, ya que el desempleo se ha incrementado y la subida de impuestos decretada por el gobierno hace que el consumo se limite.

Una vez analizado el sector, se puede observar que la empresa proyecta tener un buen manejo de las amenazas y una gran capacidad para aprovechar las oportunidades que nos brinda el mercado de fiestas infantiles, ya que el resultado obtenido de la matriz EFE fue de 2,99 lo que indica que la empresa puede ingresar en el mercado de manera firme y más segura.

3.4.2 Evaluación de factores internos (EFI)

Para poder determinar si el sector de fiestas infantiles es más fuerte que débil, se realiza la respectiva Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI), la cual mostrará el índice de evaluación que permita establecer las pautas para conocer si las estrategias deben concentrarse en mejorar la permanencia interna y superar esas debilidades para aprovechar las fortalezas.

Tabla 11. Matriz EFI

ANÁLISIS INTERNO	PONDERACIÓN	Sin Importancia 0,0	
		Muy importante 1,0	
	IMPACTO	Debilidad Importante 1	Fortaleza Menor 3
		Debilidad Menor 2	Fortaleza Importante4
FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	PESO	IMPACTO	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
Facilidad de difusión del concepto de negocio (publicidad)	0,08	4	0,32
Ubicación estratégica en una zona con pocos competidores	0,08	4	0,32
Personal con perfil adecuado para la empresa	0,05	3	0,15
Supervisión de las actividades	0,03	3	0,09
Variedad de actividades y ofertas según el tipo de clientes en cuanto a organización, alimentación y diversión	0,1	4	0,4
Fidelización del cliente a través de seguimiento personalizado	0,07	4	0,28
Inversión en tecnología marca la diferencia	0,03	3	0,09
Infraestructura adecuada y diferencial	0,3	4	1,2
DEBILIDADES			
Alta inversión en infraestructura	0,09	1	0,09
Limitación en la disponibilidad de espacios físicos adecuados para el desarrollo del negocio	0,05	2	0,1
Disponibilidad de recursos propios	0,06	1	0,06
Dependencia de terceros en la cadena de valor productivo	0,03	2	0,06
Curva de experiencia amplia antes de dominar el negocio	0,03	2	0,06
TOTAL	1		3,22

Elaborado por: Daniela Serrano

El sector de fiestas infantiles posee algunas fortalezas que se ha sido posible detectarlas a través del estudio de mercado que se ha realizado, por lo que se puede decir que cuenta con varias fortalezas detectadas por medio del estudio, tales como: una excelente ubicación, facilidad de promoción del servicio ofertado, diferenciación en el servicio y productos ofrecidos. Por otra parte existen debilidades detectadas igualmente por medio del estudio, las que se pretende mejorar continuamente, como son: alta inversión en la infraestructura, curva de aprendizaje antes de mejorar el negocio como las más importantes.

Luego de analizar la matriz EFI, se puede concluir con satisfacción que el Centro integral de fiestas infantiles ha obtenido un puntaje de 3,22 lo que nos permite evaluar que la empresa es competitiva dentro del mercado del Valle de los Chillos y que sabrá aprovechar sus fortalezas de manera conveniente.

3.4.3 Matriz de aprovechabilidad y vulnerabilidad

La matriz de aprovechabilidad, combina y a su vez relaciona las fortalezas con las oportunidades para cuantificar los impactos que causan y se pregunta en qué medida las fortalezas permiten aprovechar determinada oportunidad.

La matriz de vulnerabilidad, combina y a su vez relaciona las debilidades con las amenazas y permite cuantificar los impactos que genera, y se analiza en qué medida las debilidades agravan determinada debilidad.

Tabla 12. Matriz de Aprovechabilidad

MATRIZ DE APROVECHABILIDAD	El sector de Otros servicios ha crecido a pesar de la crisis económica que atraviesa el país	La constante que existe en el interés de la tasa activa permite que las empresas puedan acceder a créditos para su negocio.	La inflación se ha mantenido en los últimos 4 años de manera constante, sin mayores variaciones, esto hace que las personas consuman más.	Las barreras de entrada de empresas extranjeras orientadas al modelo de negocio que se pretende iniciar son altas	Actividad económica nueva con baja intensidad competitiva	Se puede innovar constantemente para satisfacer necesidades	Tendencia de consumo establecida principalmente en el mercado femenino	Potencial para establecer contacto con los clientes a través de la tecnología	TOTAL	PRIORIDADES
FORTALEZAS										
Facilidad de difusión del concepto de negocio (publicidad)	3	1	1	1	5	5	3	5	24	1
Ubicación estratégica en una zona con pocos competidores	1	1	1	1	3	1	1	3	12	7
Personal con perfil adecuado para la empresa	1	1	1	1	3	5	1	3	16	4
Supervisión de las actividades	1	1	1	1	3	1	1	3	12	
Variedad de actividades y ofertas según el tipo de clientes en cuanto a organización, alimentación y diversión	1	1	1	1	5	5	1	3	18	3
Fidelización del cliente a través de seguimiento personalizado	1	1	1	1	3	3	5	5	20	2
Inversión en tecnología marca la diferencia	1	1	1	1	1	3	1	5	14	5
Infraestructura adecuada y diferencial	1	1	1	1	3	4	1	1	13	6
TOTAL	10	5	8	8	26	27	14	28		
PRIORIDAD	5	8	7	6	3	2	4	1		

Elaborado por: Daniela Serrano

Interpretación: Se priorizan las fortalezas vs oportunidades más importantes que influyen en la empresa por lo que se considera los 3 factores con el puntaje más alto como lo muestra la tabla.

Tabla 13. Matriz de vulnerabilidad

MATRIZ DE VULNERABILIDAD	Las políticas actuales del gobierno amenaza el crecimiento del sector	Reducción en el consumo	Incremento del desempleo que afecta el ingreso de la clase media	No se priorizan sectores como el de servicio o comercial a pesar de ser los de mayor actividad económica a nivel nacional (INFC. 2010)	Limitaciones en el aporte gubernamental al crédito productivo por al recesión económica	Incremento del trabajo informal en la organización de fiestas infantiles	Limitado poder de marca respecto de los competidores	Competidores con mayor tiempo y experiencia en el Mercado	TOTAL	PRIORIDADES
DEBILIDADES										
Alta inversión en infraestructura	3	1	1	1	3	3	5	3	20	1
Limitación en la disponibilidad de espacios físicos adecuados para el desarrollo del negocio	1	1	1	1	1	1	1	3	10	5
Disponibilidad de recursos propios	1	1	1	1	5	1	1	1	12	4
Dependencia de terceros en la cadena de valor productivo	1	1	1	1	1	3	3	5	16	2
Curva de experiencia amplia antes de dominar el negocio	1	1	1	1	1	1	1	5	12	3
TOTAL	7	5	5	5	11	9	11	17		
PRIORIDAD	5	6	7	8	2	4	3	1		

Elaborado por: Daniela Serrano

Interpretación: Se priorizan las debilidades vs amenazas más importantes que perjudican el entorno de la empresa, por tal motivo se considera los 3 factores que alcanzaron el mayor puntaje.

3.5 FODA

Una vez realizado el análisis de los factores externos e internos que involucran a la empresa, se obtiene la matriz FODA con la finalidad de conocer de una forma precisa cada uno de los aspectos a considerar para el desarrollo y puesta en marcha del proyecto, los datos son los que se presentan a continuación.

Gráfico 18. Análisis FODA

FORTALEZAS (Cadena de valor aspectos positivos)	OPORTUNIDADES (Los aspectos positivos obtenidos de los factores externos)
Facilidad de difusión del concepto de negocio (publicidad)	El sector de Otros servicios ha crecido a pesar de la crisis económica que atraviesa el país
Ubicación estratégica en una zona con pocos competidores	La constante que existe en el interés de la tasa activa permite que las empresas puedan acceder a créditos para su negocio.
Personal con perfil adecuado para la empresa	La inflación se ha mantenido en los últimos 4 años de manera constante, sin mayores variaciones, esto hace que las personas consuman más.
Supervisión de las actividades	Las barreras de entrada de empresas extranjeras orientadas al modelo de negocio que se pretende iniciar son altas
Variedad de actividades y ofertas según el tipo de clientes en cuanto a organización, alimentación y diversión	Actividad económica nueva con baja intensidad competitiva
Fidelización del cliente a través de seguimiento personalizado	Se puede innovar constantemente para satisfacer necesidades
Inversión en tecnología marca la diferencia	
Infraestructura adecuada y diferencial	Tendencia de consumo establecida principalmente en el mercado femenino
	Potencial para establecer contacto con los clientes a través de la tecnología
DEBILIDADES (Cadena de Valor- Aspectos negativos)	AMENAZAS (Aspectos negativos de los factores externos)
Alta inversión en infraestructura	Las políticas actuales del gobierno amenaza el crecimiento del sector
Limitación en la disponibilidad de espacios físicos adecuados para el desarrollo del negocio	Reducción en el consumo
Disponibilidad de recursos propios	Incremento del desempleo que afecta el ingreso de la clase media
Dependencia de terceros en la cadena de valor productivo	No se priorizan sectores como el de servicio o comercial a pesar de ser los de mayor actividad económica a nivel nacional (INEC, 2010)
Curva de experiencia amplia antes de dominar el negocio	Limitaciones en el aporte gubernamental al crédito productivo por al recesión económica
	Incremento del trabajo informal en la organización de fiestas infantiles
	Limitado poder de marca respecto de los competidores
	Competidores con mayor tiempo y experiencia en el Mercado

Elaborado por: Daniela Serrano

3.6 MATRIZ DE ESTRATEGIAS

Una vez analizados los aspectos internos y externos del proyecto que intervienen de manera directa e indirecta en el desarrollo del negocio, se ha realizado en análisis de FODA cruzado, como son las estrategias FA, FO, DA y DO que permiten determinar acciones de tal manera que la idea del negocio cumpla con su objetivo que es lograr viabilidad, rentabilidad, generación de ingresos y reducción de costos, obteniendo como resultado la siguiente matriz:

Tabla 14. Matriz de Estrategias

		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
		o1	Potencial para establecer contacto con los clientes a través de la tecnología	a1	Competidores con mayor tiempo y experiencia en el Mercado
		o2	Se puede innovar constantemente para satisfacer necesidades	a2	Limitaciones en el aporte gubernamental al crédito productivo por al recesión económica
		o3	Actividad económica nueva con baja intensidad competitiva	a3	Limitado poder de marca respecto de los competidores
FORTALEZAS		FORTALEZAS - OPORTUNIDADES		FORTALEZAS - AMENAZAS	
f1	Facilidad de difusión del concepto de negocio (publicidad)	f2-o1	Implementación del plan de medios para promoción	f1-a3	Promoción de marca para ingresar en la mente del consumidor.
f2	Fidelización del cliente a través de seguimiento personalizado	f3-o2	Planificación de actividades diferenciadas para satisfacer al cliente objetivo	f3-a1	Innovación en diversión y actividades a realizarse en fiestas infantiles. (f5-a6)
f3	Variedad de actividades y ofertas según el tipo de clientes en cuanto a organización, alimentación y diversión	f1-o3	Difusión del Centro Integral de fiestas infantiles a nivel local.	f2-a1	Atención personalizada y cordial para fidelizar al cliente y su círculo social. (f6-a2)
DEBILIDADES		DEBILIDADES - OPORTUNIDADES		DEBILIDADES - AMENAZAS	
d1	Alta inversión en infraestructura	d1-o3	Obtención de créditos otorgados por parte del gobierno para la creación de nuevos negocios.	d1-a2	Inclusión de un socio que cuente con capital propio
d2	Dependencia de terceros en la cadena de valor productivo	d2-o1	Capacitación constante del personal para innovar y atender mejor los eventos.		
d3	Curva de experiencia amplia antes de dominar el negocio	d3-o2	Prestación de un servicio de calidad y cubrir las necesidades del cliente objetivo para su completa satisfacción.		

Elaborado por: Daniela Serrano

3.7 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.7.1 Metodología de la investigación

3.7.1.1 Formulación del problema

El problema de investigación a resolver es el siguiente:

¿Cuál es la demanda de servicios integrales para fiestas infantiles en el Valle de los Chillos?

3.7.1.2 Objetivo del estudio

- Identificar la tendencia de consumo de servicios de realización de fiestas infantiles en el sector del Valle de los Chillos con miras a la creación de un Centro que oferte este servicio de forma integral.

3.7.1.3 Hipótesis

La hipótesis de estudio es la siguiente:

H0: La demanda existente no justifica la creación de un Centro Integral de Servicios de realización de Fiestas Infantiles en el Valle de los Chillos

H1: La demanda existente justifica la creación de un Centro Integral de Servicios de realización de Fiestas Infantiles en el Valle de los Chillos

3.8 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Descriptiva o Cuantitativa: aplicada para identificar de forma estadística la demanda potencial de los servicios en el Valle de los Chillos, comprobando de forma concluyente si existe la posibilidad de crear el Centro Integral para la realización de Fiestas Infantiles.

3.8.1 Estudio descriptivo o cuantitativo

- **Unidad de Análisis**

Para la investigación se seleccionó como unidad de análisis la Población Económicamente Activa entre los 19 y 40 años; rango de edad escogido en base a la prevalencia de familias con niños menores a los 12 años que se consideran el mercado objetivo del servicio. En total según datos de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda (2015) y el INEC (2016) el universo de investigación equivale a 50.593 personas tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 15. Rangos de edad en el Valle de los Chillos

Grupos de edad	Valle de los Chillos
25 - 29	14.054
30 - 34	13.354
35 - 39	12.327
40 - 44	10.858
TOTALES	50.593

Fuente: Secretaría de Hábitat y Vivienda (2015) e INEC (2016)

En total la unidad de análisis fue de 50593 personas

- **Tipo de Muestreo**

En función de la unidad de análisis definida para la investigación se establece el muestreo aleatorio simple, donde cada uno de los elementos del universo tiene la misma probabilidad de ser seleccionado como parte de la muestra (Jany, 2005).

- **Cálculo de la muestra**

El cálculo muestra fue probabilístico aplicando la fórmula finita, superior inferior a 100.000 elementos en el universo, con varianza desconocida que según Jany (2005) es:

Fórmula:

$$n = \frac{N * z^2 * P * Q}{((N - 1) * e^2) + (z^2 * P * Q)}$$

Donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

Q = Probabilidad en contra 0,5

e = Límite aceptable de error 0.5

z = Nivel de confianza 95% (1,96)

P= Probabilidad a favor 0,5

Fórmula aplicada

$$n = \frac{50593 * (1,96^2) * 0,5 * 0,5}{((50593-1) * (0,5^2)) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{48.589,52}{12.648,96}$$

$$n = \underline{\underline{384,14}}$$

- **Técnica de recolección**

Al tratarse de un estudio transversal, se decidió utilizar como técnica de recolección la encuesta a partir de un cuestionario estructurado

ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene como finalidad conocer las preferencias y necesidades al momento de organizar Fiestas Infantiles.

- 1. ¿Con que frecuencia realiza fiestas o eventos para festejar el cumpleaños de sus hijos?**

Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Nunca (Fin de la encuesta)	

- 2. ¿En qué lugar prefiere realizar este tipo de eventos?**

Domicilio (Pasar pregunta No. 3)	
Local alquilado (Pasar pregunta No.4)	
Casa de familiares (Pasar pregunta No. 3)	
Lugares públicos (Pasar pregunta No. 3)	
Escuela (Pasar pregunta No. 3)	

- 3. ¿Por qué no son de su preferencia los locales alquilados, enumere de 1 a 3 razones**

Es impersonal (Fin de la encuesta)	
Precio(Fin de la encuesta)	
No ofrecen menús atractivos(Pasar pregunta No. 3)	
No le agrada los entretenimientos(Pasar pregunta No. 3)	
El límite en el horario(Pasar pregunta No. 3)	
Ubicación(Pasar pregunta No. 3)	
Atención y servicio(Pasar pregunta No. 3)	

4. Siendo 4 la opción más importante y 1 la de menos importancia califique los aspectos que considera importante para seleccionar un local para la realización de la fiesta infantil de su hijo

	1	2	3	4
Ubicación				
Precios				
Ambiente				
Entretenimiento				
Atención y servicio				
Variedad y menú				
Horario sin límites				
Capacidad del lugar				

5. ¿Qué día realiza el evento de celebración de cumpleaños de su hijo?

El mismo día de cumpleaños	
Fines de semana	

6. ¿En qué horario prefiere realizarlo?

En la mañana	
En la tarde	
En la noche	

7. ¿Qué tipo de fiestas infantiles prefiere?

Temáticas	
Deportivas	
En la noche	

En relación al último cumpleaños que realizó

8. ¿Cuánto invirtió en total para este evento?

De 50 a 100 dólares	
De 101 a 200 dólares	
De 201 a 300 dólares	
Más de 300 dólares	

9. ¿Cuánto tiempo le tomó organizar la fiesta?

1 Semana	
2 semanas	
3 Semanas	
4 Semanas	
Más de 4 semanas	

10. ¿Cómo encontró el salón o los implementos necesarios para realizar la fiesta?

Recomendación de una amiga	
Recomendación de una madre del colegio	
Búsqueda por internet	
Búsqueda por revistas	
Por publicidad en la calle	
Por recorrer salones	

11. ¿Si existiere un local especializado en la realización de fiesta infantiles que oferte servicios integrales desde la organización, animación, alimentación y transporte de los niños, Usted lo contrataría?

Si	
No (Fin de la encuesta)	

12. Siendo 4 la opción más importante y 1 la de menos importancia que aspectos tomaría en consideración para contratar los servicios de la nueva empresa.

	1	2	3	4
Ubicación				
Precios				
Ambientes				
Actividades ofrecidas				
Transporte				
Variedad y menú				
Personal competente				
Seguridad				
Capacidad del lugar				

13. ¿Por qué medio le gustaría enterarse de la oferta de este Centro Integral de Organización de fiestas infantiles?

Prensa	
Radio	
Televisión	
Internet	
Redes Sociales	
Otros ¿Cuáles? _____	

A. Datos Informativos

Indique el número de niños que tiene según su rango de edad

De 0 a 3 años	
De 3 a 6 años	
De 6 a 9 años	
De 9 a 12 años	

Seleccione su rango de ingreso mensual

Menos de 366 dólares	
De 366 a 500 dólares	
De 501 a 1000 dólares	
De 1001 a 1500 dólares	
Más de 1500 dólares	

Seleccione su ocupación

Ama de casa	
Empleado público	
Empleado privado	
Empresario / Negociante	
Estudiante	

3.8.2 Levantamiento de información

El levantamiento de información se realizó en los siguientes puntos:

- a. Afueras de 3 colegios del sector: Academia Militar del Valle, Colegio Farina, y Liceo Naval
- b. Afueras del Centro Comercial San Luis
- c. Parque La Armenia

3.8.3 Análisis de Información

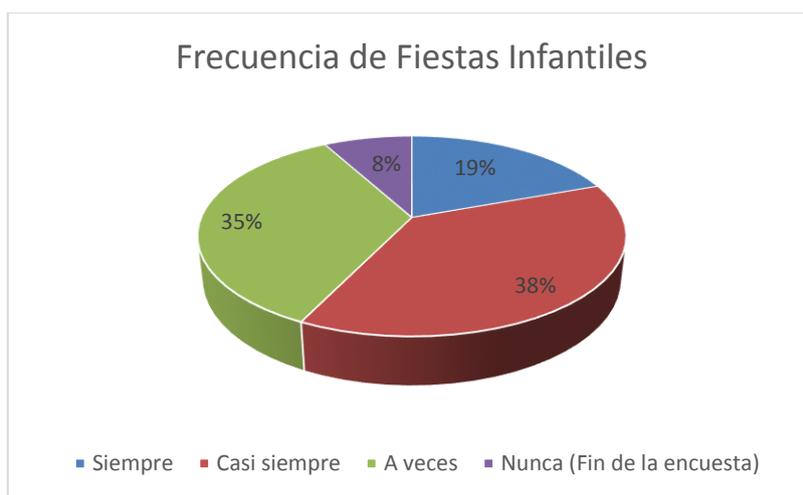
Pregunta No. 1 ¿Con que frecuencia realiza fiestas o eventos para festejar el cumpleaños de sus hijos?

Tabla 16. Frecuencia de realización de fiestas infantiles de los encuestados

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	74	19%
Casi siempre	145	38%
A veces	133	35%
Nunca (Fin de la encuesta)	30	8%
TOTAL	383	1

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 19. Frecuencia de realización de fiestas infantiles de los encuestados



Fuente: Investigación de Campo

En la primera pregunta de la encuesta que investiga acerca de que tan frecuente la gente festeja el cumpleaños de sus hijos, se obtuvo como resultado que el 38% casi siempre realiza fiesta a su hijo, el 35% dijo que a veces, el 19% dijo que siempre mientras que un mínimo del 8% dijo que nunca celebra en grande el cumpleaños de sus hijos. Esto nos demuestra que la costumbre de festejar un cumpleaños está presente.

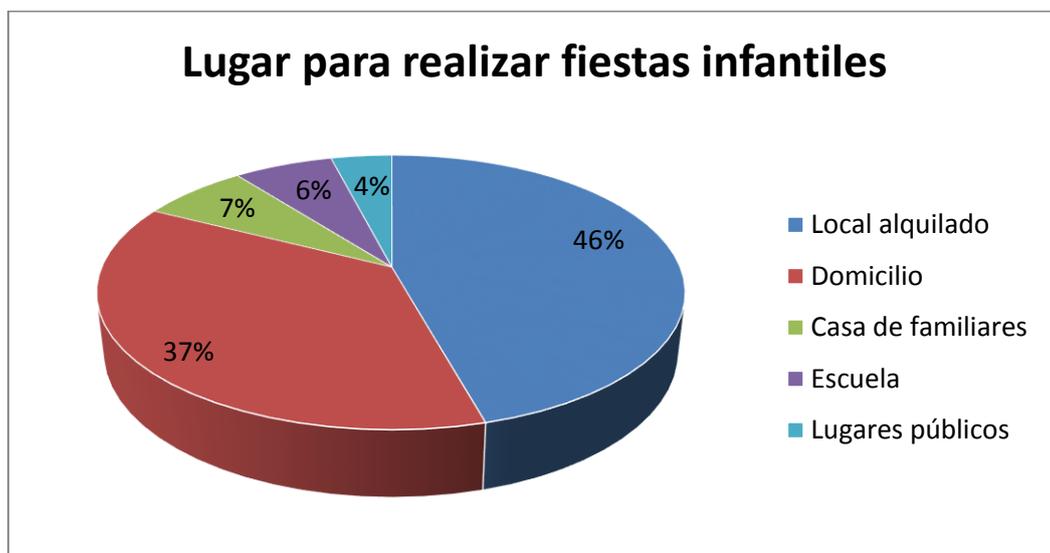
Pregunta No. 2 ¿En qué lugar prefiere realizar este tipo de eventos?

Tabla 17. Lugar de preferencia para realizar fiestas infantiles de los encuestados

Variables	Frecuencia Abasoluta	Frecuencia Relativa
Local alquilado	175	46%
Domicilio	141	37%
Casa de familiares	27	7%
Escuela	25	6%
Lugares públicos	15	4%
TOTAL	383	100%

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 20. Lugar de preferencia para realizar fiestas infantiles de los encuestados



Fuente: Investigación de Campo

En la pregunta 2 nos muestra como resultado que el 46% de los encuestados prefieren realizar sus fiestas en un local alquilado, mientras que el 37% indica prefiere realizarlo en su domicilio, con un menor porcentaje indican que prefieren en casa de familiares 7%, el 6% en lugares públicos y un 4% en la escuela.

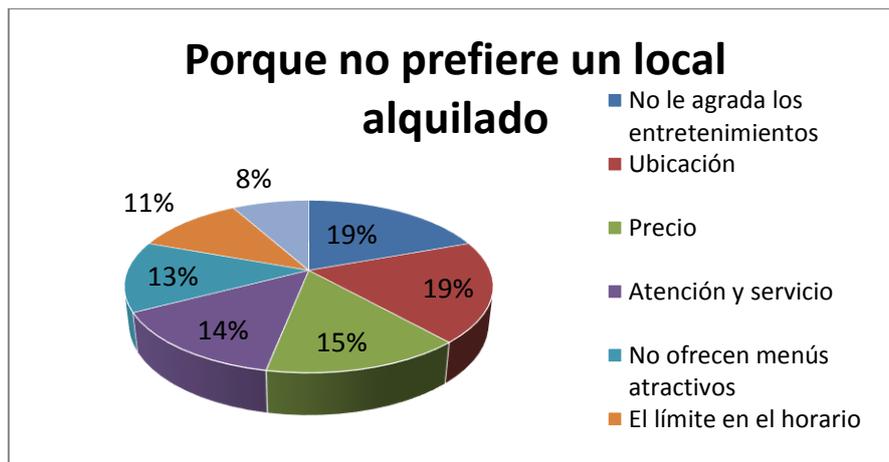
Pregunta No. 3 ¿Por qué no son de su preferencia los locales alquilados, enumere de 1 a 3 razones

Tabla 18. Por qué no prefiere un lugar alquilado los encuestados

Variables	Frecuencia Abasoluta	Frecuencia Relativa
No le agrada los entretenimientos	41	19%
Ubicación	40	19%
Precio	31	15%
Atención y servicio	30	14%
No ofrecen menús atractivos	28	13%
El límite en el horario	24	11%
Es impersonal	17	8%
TOTAL	211	100%

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 21. Porque no prefiere un local alquilado los encuestados



Fuente: Investigación de campo

El motivo de las personas que respondieron que no realizan sus fiestas en locales alquilados está en que no les agrada los entretenimientos con un 19% al igual que la ubicación de los locales también con un 19%, seguido del precio con el 15%, el 14% por la atención y servicio que presta, el 13% indican que no ofrecen menús atractivos, el 11% el límite de horario y finalmente el 8% piensa que es impersonal.

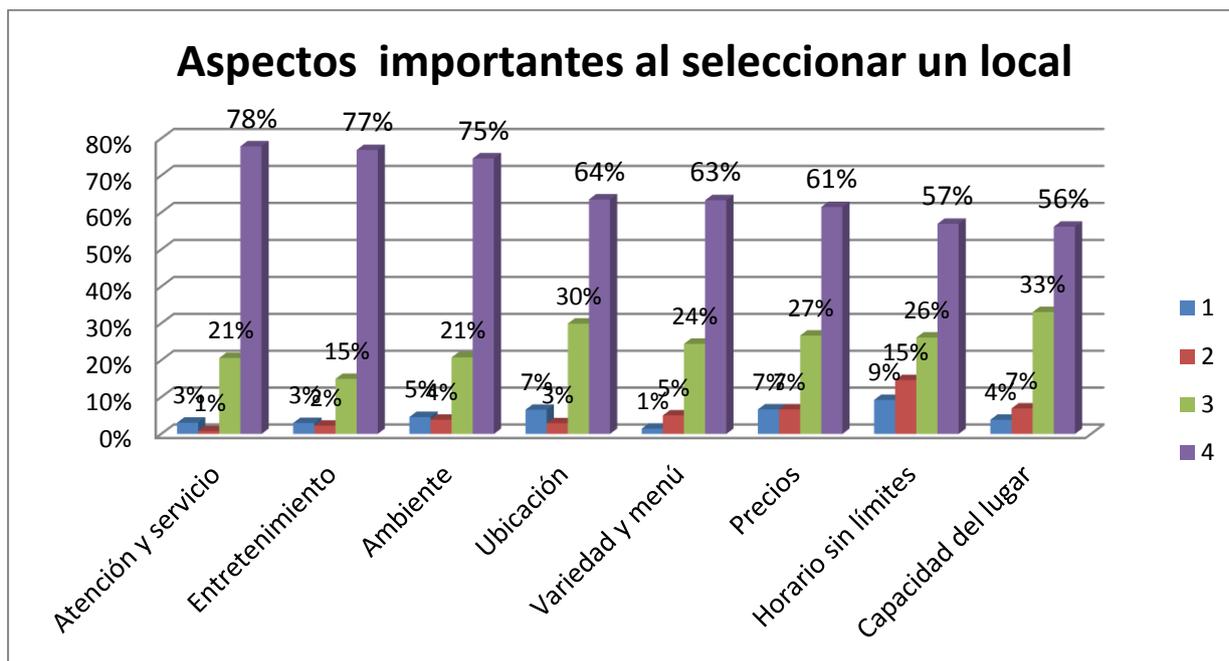
Pregunta No. 4 Siendo 4 la opción más importante y 1 la de menos importancia califique los aspectos que considera importante para seleccionar un local para la realización de la fiesta infantil de su hijo

Tabla 19. Factores importantes para elegir un local de fiestas infantiles para los encuestados

Variables	FRECUENCIA RELATIVA					FRECUENCIA ABSOLUTA			
	1	2	3	4	TOTAL	1	2	3	4
Atención y servicio	8	2	52	195	251	3%	1%	21%	78%
Entretenimiento	8	6	38	197	257	3%	2%	15%	77%
Ambiente	11	10	52	186	249	5%	4%	21%	75%
Ubicación	17	8	79	167	262	7%	3%	30%	64%
Variedad y menú	4	13	65	169	266	1%	5%	24%	63%
Precios	17	17	69	159	259	7%	7%	27%	61%
Horario sin límites	23	36	65	142	249	9%	15%	26%	57%
Capacidad del lugar	10	17	82	140	249	4%	7%	33%	56%

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 22. Aspectos importantes al seleccionar un local para los encuestados



Fuente: Investigación de campo

La pregunta No. 4 nos indica la importancia que los encuestados dan a cada aspecto al momento de seleccionar un local.

Atención y servicio: esta variable la gente encuestada considera que es muy importante el 78%, mientras que el 21 % considera que es menos importante, apenas el 1% indica no tiene mucha importancia y el 3% indica que no tiene importancia.

Entretenimiento: el 77% considera muy importante este aspecto, el 15% que es importante, el 2% indica que es poco importante y el 3% considera que no tiene importancia.

Ambiente: el 75% considera un aspecto muy importante, el 21% indica que tiene importancia, el 4% indica que es poco importante y el 5% indica que no tiene importancia.

Ubicación: para el 64% de los encuestados es un factor muy importante, el 30% piensa que es importante, el 3% indica que es poco importante, y un 7% indican no tiene importancia.

Variedad y menú: para el 63% es una variable muy importante, para el 24% es un aspecto importante, el 5% considera que es poco importante y para el 1% no es importante.

Precio: el 61% considera que es un factor muy importante, el 27% opina que es importante, el 7% que es poco importante mientras que el 7% indica que no tiene importancia.

Horario sin límites: este factor considera muy importante el 57%, el 26% indica ser un factor importante, el 15% es poco importante mientras que el 9% considera no es importante.

Capacidad del lugar: para el 56% de los encuestados es un factor muy importante, el 33% opina que es importante, el 7% lo considera poco importante y el 4% considera que no tiene importancia.

Pregunta No. 5; ¿Qué día realiza el evento de celebración de cumpleaños de su hijo?

Tabla 20. Día en que realizan la fiesta los encuestados

Variables	Frecuencia Abasoluta	Frecuencia Relativa
El mismo día de cumpleaños	38	14%
Fines de semana	241	86%
TOTAL	280	100%

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 23. Qué día celebran el cumpleaños los encuestados



Fuente: Investigación de campo

Esta pregunta nos permite confirmar el 86% de los encuestados prefieren realizar sus fiestas infantiles los fines de semana frente a un 14% que lo realizan el mismo día del cumpleaños.

Pregunta No. 6 ¿En qué horario prefiere realizarlo?

Tabla 21. Horario de que prefieren los encuestados

Variable	Frecuencia Abasoluta	Frecuencia Relativa
En la tarde	216	76%
En la mañana	63	22%
En la noche	6	2%
TOTAL	285	100%

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 24. Horario de preferencia de los encuestados



Fuente: Investigación de campo

Las personas encuestadas indican que el horario que prefieren para realizar las fiestas infantiles es en la tarde con un 76%, un 22 % prefiere hacerlo en la mañana y apenas el 2% prefiere realizar el evento en la noche.

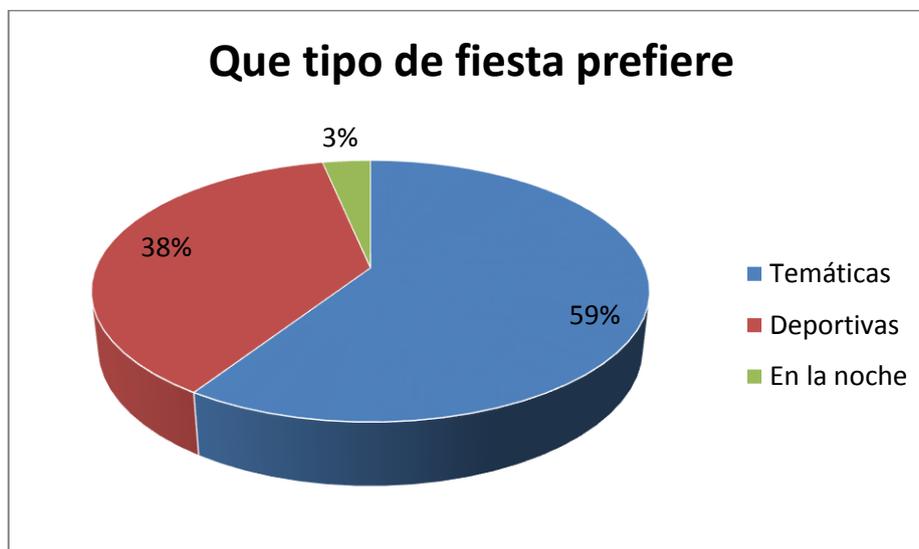
Pregunta No. 7 ¿Qué tipo de fiestas infantiles prefiere?

Tabla 22. Qué tipo de fiestas prefieren los encuestados

Variable	Frecuencia Abasoluta	Frecuencia Relativa
Temáticas	172	59%
Deportivas	109	38%
En la noche	10	3%
TOTAL	291	100%

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 25. Qué tipo de fiesta prefieren los encuestados



Fuente: Investigación de campo

En esta pregunta podemos evidenciar que el 59% de las personas encuestadas prefieren las fiestas temáticas, el 38 % de las personas se inclinan por las fiestas deportivas y el 3% por las fiestas en la noche.

Pregunta No. 8 ¿Cuánto invirtió en total para este evento?

Tabla 23. Valor que invirtieron los encuestados

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
De 201 a 300 dólares	109	40%
Más de 300 dólares	71	26%
De 101 a 200 dólares	50	18%
De 50 a 100 dólares	46	17%
TOTAL	276	100%

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 26. Valor que invirtieron los encuestados



Fuente: Investigación de campo

De acuerdo a las encuestas realizadas se obtiene que el 40% de las personas inviertan en la realización de fiestas infantiles de sus hijos de \$ 201 a \$300, el 26% invierte más de \$300, el 18% gasta de \$101 a \$200 y el 17% gasta de \$50 a \$100.

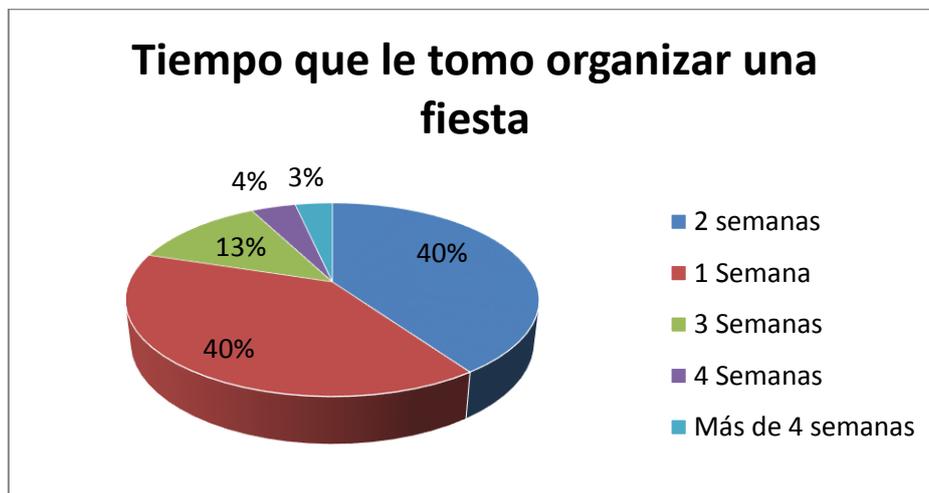
Pregunta No. 9 ¿Cuánto tiempo le tomó organizar la fiesta?

Tabla 24. Tiempo que tomo a los encuestados organizar el evento

Variable	Frecuencia Abasoluta	Frecuencia Relativa
2 semanas	111	40%
1 Semana	109	40%
3 Semanas	34	13%
4 Semanas	11	4%
Más de 4 semanas	10	3%
TOTAL	276	100%

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 27. Tiempo que tomo al encuestado organizar el evento



Fuente: Investigación de campo

Las personas encuestadas indican que al 40% le toma 1 semana organizar la fiesta de sus hijos al igual que otro 40% indican que les toma 2 semanas en organizarla, al 13% le toma 3 semanas, al 4% le toma 4 semanas la organización, mientras que el 3% le ha tomado más de 4 semanas organizar el evento.

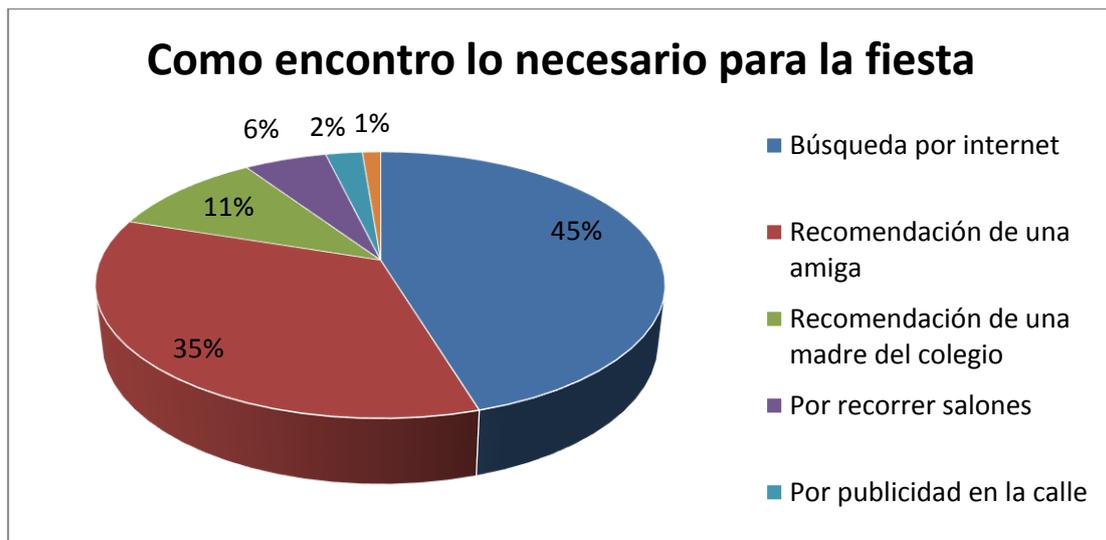
Pregunta No. 10 ¿Cómo encontró el salón o los implementos necesarios para realizar la fiesta?

Tabla 25. Como encontró lo necesario para la fiesta el encuestado

Variables	Frecuencia Abasoluta	Frecuencia Relativa
Búsqueda por internet	140	45%
Recomendación de una amiga	107	35%
Recomendación de una madre del colegio	33	11%
Por recorrer salones	17	6%
Por publicidad en la calle	8	2%
Búsqueda por revistas	4	1%
TOTAL	308	100%

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 28. Como encontró lo necesario para el evento el encuestado



Fuente: Investigación de campo

La población encuestada deja en manifiesto que el 45% de los implementos para realizar una fiesta lo encontró a través de internet, el 35% por recomendaciones de una amiga, el 11% por recomendación de una madre del colegio, 6% recorriendo salones en búsqueda del servicio, el 2% por publicidad en la calle y el 1% en anuncios en revistas.

Pregunta No. 11 ¿Si existiere un local especializado en la realización de fiestas infantiles que oferte servicios integrales desde la organización, animación, alimentación y transporte de los niños, Usted lo contrataría?

Tabla 26. Los encuestados contratarían un Centro Integral de fiestas infantiles

Variables	Frecuencia Abasoluta	Frecuencia Relativa
Si	322	92%
No	29	8%
TOTAL	350	100%

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 29. Los encuestados contratarían un Centro integral de fiestas infantiles



Fuente: Investigación decampo

De las personas encuestadas el 92% respondieron que si contratarían el servicio de un Centro Integral de fiestas infantiles contra un 8% que no estaría interesado en el producto.

Pregunta No. 12 Siendo 4 la opción más importante y 1 la de menos importancia que aspectos tomaría en consideración para contratar los servicios de la nueva empresa.

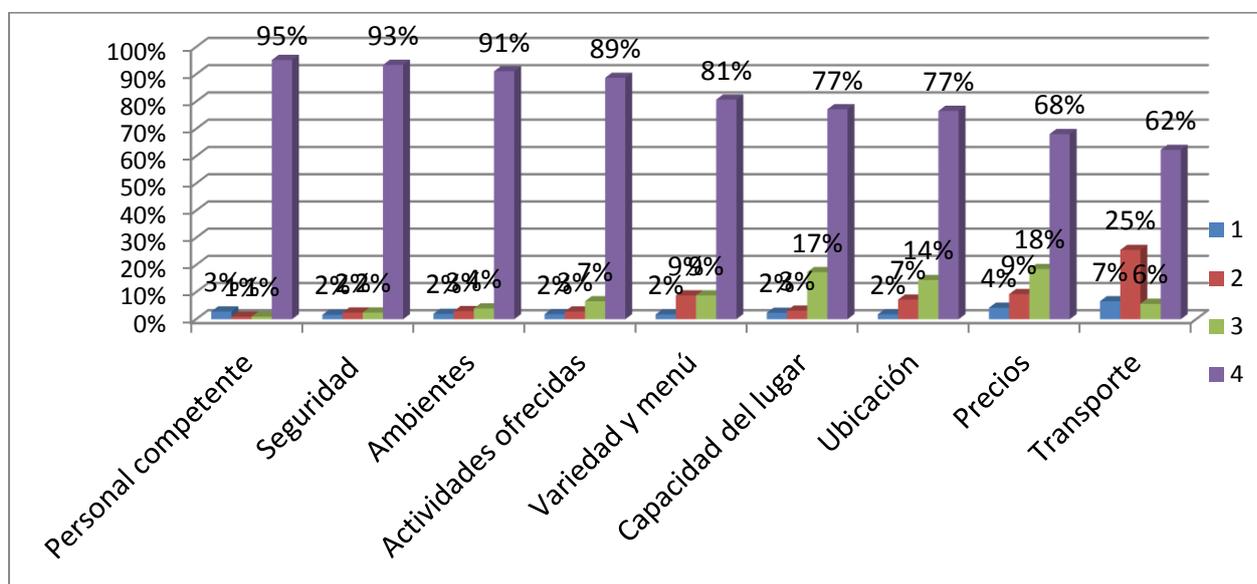
Tabla 27. Aspectos importantes a la hora de elegir un local para los encuestados

Variables	FRECUENCIA RELATIVA					FRECUENCIA ABSOLUTA			
	1	2	3	4	TOTAL	1	2	3	4
Personal competente	6	2	2	192	201	3%	1%	1%	95%
Seguridad	4	6	6	218	234	2%	2%	2%	93%
Ambientes	4	6	8	176	193	2%	3%	4%	91%
Actividades ofrecidas	4	6	13	180	203	2%	3%	7%	89%
Variedad y menú	4	19	19	176	218	2%	9%	9%	81%
Capacidad del lugar	6	8	42	188	243	2%	3%	17%	77%
Ubicación	4	15	31	163	213	2%	7%	14%	77%
Precios	10	21	42	155	228	4%	9%	18%	68%
Transporte	13	52	11	126	203	7%	25%	6%	62%

Fuente: Investigación de campo

Gráfico No. 16 Que tan importante son los aspectos que usted busca en una nueva empresa de servicio de fiestas infantiles

Gráfico 30. Aspectos importantes a la hora de elegir un local para los encuestados



Fuente: Investigación de campo

Las personas encuestadas calificaron en orden de importancia cada uno de los aspectos que tomarían en cuenta a la hora de contratar el servicio de una empresa especializada en organización de fiestas infantiles indicando que:

Personal competente: este factor es muy importante para el 95% de las personas, para el 1% es importante, considera poco importante el 1% y un 3% no considera importante este factor.

Seguridad: el 93% de los encuestados consideran este punto muy importante, el 2% importante, el 2% lo considera poco importante, mientras que otro 2% no considera importante este punto.

Ambientes: el 91% de los encuestados toma como punto muy importante, el 4% lo considera importante, el 3% considera poco importante y un % considera que no tiene importancia.

Actividades ofrecidas: el 89% considera muy importante las actividades que se ofrece, el 7% lo considera importante, para el 3% este aspecto es poco importante y para el 2% no es importante.

Variedad y menú: es un factor muy importante para el 81% de los encuestados, para el 9% es un factor importante, el 9% lo considera poco importante mientras que el 2% considera que no tiene importancia.

Capacidad del lugar: el 77% considera este aspecto muy importante, el 17% considera que es importante, para el 3% es poco importante y para el 2% no tiene importancia.

Ubicación: el 77% ve este punto como muy importante, mientras que el 14% considera importante, para el 7% es poco importante y al 2% le parece que no tiene importancia.

Precios: para el 68% de los encuestados este factor es muy importante, para el 18% es considerado como importante, el 9% lo considera como poco importante, y para el 4% no tiene importancia.

Transporte: el 62% considera este aspecto muy importante, el 6% como un factor importante, mientras que el 25% opina que no tiene mucha importancia y para el 7% no tiene importancia.

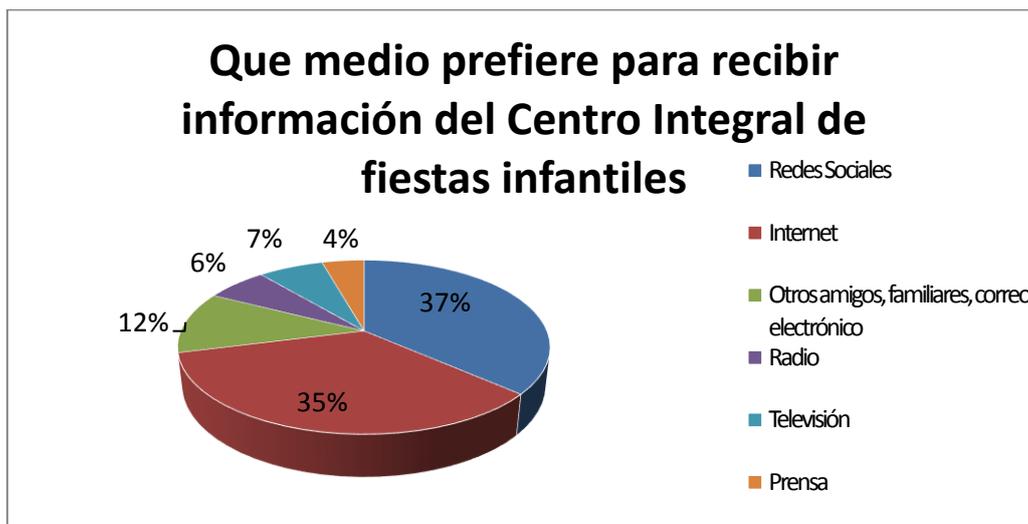
Pregunta No. 13 ¿Por qué medio le gustaría enterarse de la oferta de este Centro Integral de Organización de fiestas infantiles?

Tabla 28. Que medio prefieren los encuestados para recibir información del Centro integral de fiestas infantiles

Variables	Frecuencia Abasoluta	Frecuencia Relativa
Redes Sociales	176	37%
Internet	167	35%
electrónico	56	12%
Radio	31	6%
Televisión	33	7%
Prensa	21	4%
TOTAL	483	100%

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 31. Que medio prefieren los encuestados para recibir información del Centro integral de fiestas infantiles



Fuente: Investigación de campo

El 37% de los encuestados prefieren utilizar como medio de comunicación el Internet, el 35% por medio de las redes sociales, en menor porcentaje con 12% a través de amigos, familiares o correo electrónico, seguido del 7% en televisión, el 6% en la radio y un 4% en la prensa escrita.

DATOS INFORMATIVOS

- Indique el número de niños que tiene según su rango de edad

Tabla 29. Número de niños según rango de edad en la familia de los encuestados

Variables	Frecuencia Abasoluta	Frecuencia Relativa
De 6 a 9 años	120	29%
De 9 a 12 años	118	29%
De 3 a 6 años	114	28%
De 0 a 3 años	60	15%
TOTAL	412	100%

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 32. Número de niños según rango de edad en la familia de los encuestados



Fuente: Investigación de campo

De las personas encuestadas el 9% indicaron tener niños entre 6 y 9 años, en igual porcentaje están los niños entre 9 y 12 años con el 9%, seguido del 28% con niños de entre 3 y 6 años, y un 14% de niños de 0 a 3 años.

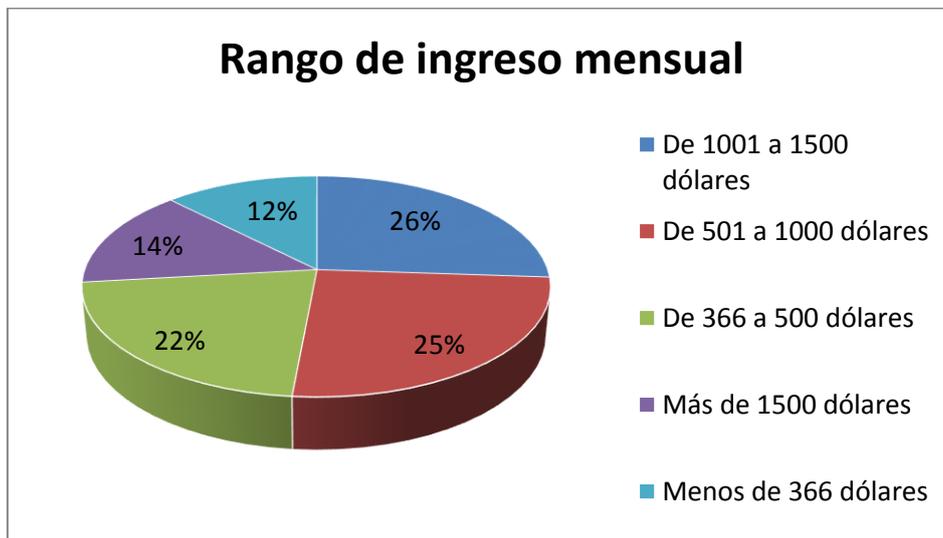
➤ **Seleccione su rango de ingreso mensual**

Tabla 30. Rango de ingreso mensual de los encuestados

Variables	Frecuencia Abasoluta	Frecuencia Relativa
De 1001 a 1500 dólares	69	26%
De 501 a 1000 dólares	67	25%
De 366 a 500 dólares	57	22%
Más de 1500 dólares	38	14%
Menos de 366 dólares	33	12%
TOTAL	264	100%

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 33. Rango de ingreso mensual de los encuestados



Fuente: Investigación de campo

El 26% de las personas encuestadas tienen un ingreso de \$1000a \$1500 mensuales, el 25% cuenta con un ingreso mensual de \$500 a \$1000, seguido de un 22% que tiene un ingreso de \$366 a \$500, el 14% tiene un ingreso mensual de más de \$1500 y el 12% tiene un ingreso menor a \$366.

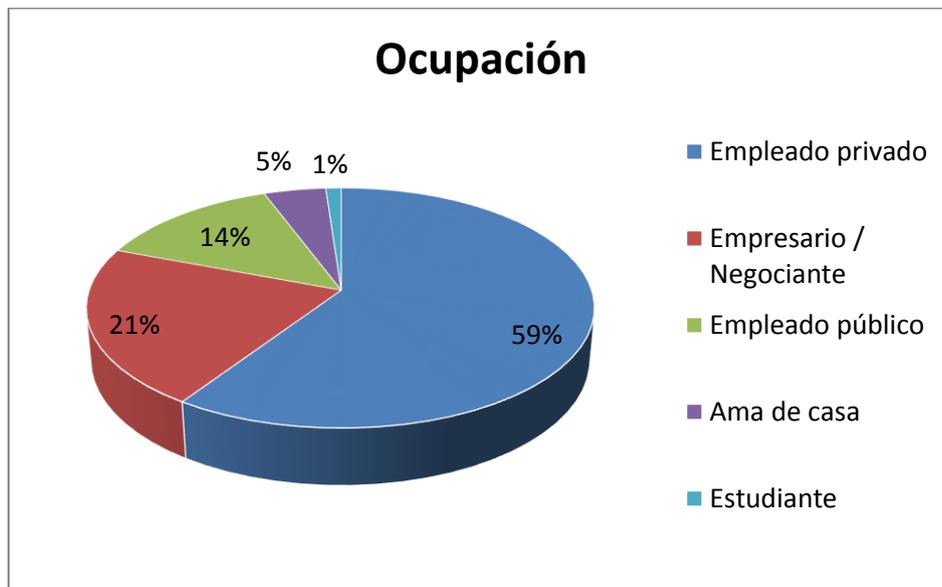
➤ **Seleccione su ocupación**

Tabla 31. Ocupación de los encuestados

Variables	Frecuencia Abasoluta	Frecuencia Relativa
Empleado privado	201	59%
Empresario / Negociante	73	21%
Empleado público	46	14%
Ama de casa	15	5%
Estudiante	4	1%
TOTAL	339	100%

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 34. Ocupación de los encuestados



Fuente: Investigación de campo

Las personas encuestadas muestran que su ocupación se concentra más en el sector privado con un 59%, el 21% son empresarios o negociantes, el 14% es empleado público, 5% son amas de casa y un 1% son estudiantes.

3.9 PRINCIPALES HALLAZGOS ENCONTRADOS EN LA INVESTIGACIÓN

Dentro de la investigación del análisis situacional que rodea el presente proyecto se puede concluir que:

- La realidad del Ecuador a nivel político, económico y social es compleja, ya que en el último año el gobierno ha realizado cambios que han afectado a sectores importantes que permiten que la economía fluya ocasionando así un incremento en la inflación, en el desempleo y subempleo factores que juegan en contra de una buena economía del país.
- El sector en el que se desarrolla el presente proyecto se ha podido mantener ya que está dirigido a reactivar la economía a través de la creación de una empresa que presta servicio y genera fuentes de empleo.
- La tendencia en realización de fiestas en general ha evolucionado de manera acelerada, siendo muy importantes los eventos infantiles puesto que los padres no escatiman esfuerzos a la hora de complacer los gustos de sus hijos en este tipo de fiestas que se las realiza cada año.
- En el Valle de los Chillos la competencia de servicios especializados en fiestas infantiles no es muy alta puesto que existen empresas que prestan este tipo de servicio pero como un adicional o servicio secundario y las empresas que son exclusivas de fiestas infantiles no ofrecen un servicio diferenciado e innovador, por lo que con un plan de negocio bien establecido se puede ingresar al mercado y en el corto o mediano plazo posesionarse en la mente del consumidor.
- Para los habitantes del sector del Valle de los Chillos el cumpleaños de sus hijos es una fecha importante y que vale la pena de celebrarse.

- Dentro de una familia, el rango de edad en los niños que predomina en el sector del Valle de los Chillos es de 6 a 12 años, principal segmento al que se encentra dirigido el presente trabajo.
- El 46% de las personas encuestadas prefieren hacer sus fiestas en locales alquilados ya sea porque sus hogares no tienen el espacio suficiente para realizar este tipo de eventos o porque quieren evitar los inconvenientes que implica el realizarlos dentro de su hogar.
- Los servicios que ofrecen el servicio de fiestas infantiles no satisface los gustos o requerimientos de los habitantes del sector de Valle de los Chillos ya que de acuerdo a la investigación estos no ofrecen variedad ni exclusividad en el servicio.
- Los aspectos más importantes para tomar una decisión en la realización de fiestas infantiles son el entretenimiento en el que se basa la realización de la fiesta infantil así como el la personalización en el servicio que prestan.
- Para la población del Valle de los Chillos, los días de preferencia para realizar este tipo de eventos son los fines de semana en horario de la tarde.
- En la realización de fiestas infantiles es muy importante la decoración del local de acuerdo a la temática elegida por el niño así como de las actividades que se desarrollan durante la fiesta
- De acuerdo a la investigación realizada, los habitantes del sector del Valle de los Chillos están dispuestos a invertir más de \$300 por la fiesta de sus pequeños siempre y cuando el servicio entregado cumpla con sus expectativas.
- En el caso de existir un Centro Integral de fiestas infantiles que logre cumplir con las necesidades y requerimientos de los clientes, los habitantes del Valle de los Chillos si están dispuestos a contratar los servicios de dicho establecimiento.

- En el sector del Valle de los Chillos la población en general tienen acceso a la tecnología por lo que las redes sociales son un medio muy importante para socializar los servicios del Centro Integral de fiestas infantiles.
- En el sector del Valle de los Chillos existe poca oferta especializada en la realización de fiestas infantiles y solo el 30% de estas empresas tienen un servicio exclusivo, pero no diferenciado.

CAPÍTULO IV

4.1 ANALISIS DE LA DEMANDA

4.1.1 Determinación de la Demanda

Primera aproximación: De acuerdo a la investigación de mercado realizada y de acuerdo a la pregunta No. 1 Con qué frecuencia realiza fiestas o eventos para festejar el cumpleaños de sus hijos? De un universo de 50.593 y una muestra de 383 el 92% indica que si celebran el cumpleaños de sus hijos.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	74	19%
Casi siempre	145	38%
A veces	133	35%
Nunca (Fin de la encuesta)	30	8%
TOTAL	383	1

Referencia: tabla No. 16 Frecuencia de realización de fiestas infantiles de los encuestados

Tabla 32. Cantidad de personas que celebran cumpleaños

Personas que celebran los cumpleaños	92%
Total de personas que celebran cumpleaños	46.546,00

Fuente: Cálculo en baso a estudio de mercado realizado

Segunda aproximación: Las personas que si celebran el cumpleaños e invierten más de \$200. Basados en la pregunta No. 8 ¿Cuánto invirtió en total para este evento? El 65% de los encuestados invierten más de \$200.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
De 201 a 300 dólares	109	40%
Más de 300 dólares	71	26%
De 101 a 200 dólares	50	18%
De 50 a 100 dólares	46	17%
TOTAL	276	100%

Referencia: tabla No. 23 Cuanto invierten en realizar una fiesta de cumpleaños

Tabla 33. Personas que invierten más de \$200 en fiesta de cumpleaños

Personas que celebran los cumpleaños e invierten más de 200 dólares	65%
<i>Total de personas que celebran cumpleaños</i>	30.384

Fuente: Cálculo en base a estudio de mercado realizado

Tercera aproximación: En base a la pregunta No. 11 ¿Si existiere un local especializado en la realización de fiestas infantiles que oferte servicios integrales desde la organización, animación, alimentación y transporte de los niños, Usted lo contrataría? Obtenemos que el 92% de las personas que si celebran fiestas y que invierten más de \$200 si contratarían los servicios de un Centro especializado de Fiestas Infantiles.

Variables	Frecuencia Abasoluta	Frecuencia Relativa
Si	322	92%
No	29	8%
TOTAL	350	100%

Referencia: Tabla No. 26 personas que utilizarían los servicios de un Centro integral de fiestas infantiles

Tabla 34. Personas que invierten más de \$200 y están dispuestos a utilizar el servicio

Organizan cumpleaños con presupuestos superiores a 200 dólares y están dispuestos a comprar el servicio	92%
<i>Total de personas que celebran cumpleaños</i>	27.894

Fuente: Cálculo en base a estudio de mercado realizado

4.1.2 Proyección de la demanda

Para el análisis de la proyección de la demanda en los siguientes 5 años, se ha tomado en cuenta el 2,18% del crecimiento del PIB en el sector otros servicios, quedando de la siguiente manera:

Tabla 35. Proyección de la demanda

Tasa de crecimiento		2,18%
Años	$(1+t)^n$	Pn
0		
1	1,0218	28.502
2	1,0440752	29.123
3	1,0668361	29.758
4	1,0900931	30.407
5	1,1138571	31.070

4.1.3 Demanda insatisfecha

De los datos obtenidos en la presente investigación se obtiene que la demanda es de 27.894 personas y una oferta que cubre el 60% de la demanda, queda como resultado una demanda insatisfecha de 16.736 personas.

Tabla 36. Demanda insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
1	28.502	17101	11.401
2	29.123	17474	11.649
3	29.758	17855	11.903
4	30.407	18244	12.163
5	31.070	18642	12.428

Fuente: Cálculo en base a estudio de mercado realizado

4.2ANÁLISIS DE LA OFERTA

En el sector del Valle de los Chillos la oferta que existe en la realización de fiestas infantiles no es muy variada, puesto que los locales existentes no se especializan como tal, sino que son establecimientos de diversión o alimentación que cuenta como un servicio complementario o adicional la realización de fiestas infantiles. A continuación se realizará un breve análisis de la oferta existente en el Valle de los Chillos tomando como principal competencia a 7 locales que son:

- ✓ Climbing Park
- ✓ Valle Aventura
- ✓ Súper Cines
- ✓ Play Zone
- ✓ Ch. Farina
- ✓ Pollo Campero
- ✓ Texas Chicken

Tabla 37. Análisis de la competencia

Ejes	Peso	Climbing Park		Valle Aventura		Supercines	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Personal competente	10%	8	0,83	8	0,83	10	1,04
Seguridad	12%	9	1,09	9	1,09	8	0,97
Ambientes	10%	5	0,50	5	0,50	4	0,40
Actividades ofrecidas	10%	5	0,52	5	0,52	5	0,52
Variedad y menú	11%	3	0,34	3	0,34	5	0,56
Capacidad del lugar	13%	10	1,26	10	1,26	10	1,26
Ubicación	11%	9	0,99	9	0,99	10	1,10
Precios	12%	3	0,35	5	0,59	5	0,59
Transporte	10%	0	-	0	-	0	-
Calificación ponderada	100%		5,88		6,11		6,43

Tabla 38. Análisis de la competencia

Ejes	Peso	Play Zone		Ch Farina		Pollo Campero		Texas Chicken	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Personal competente	10%	7	0,73	9	0,93	9	0,93	7	0,73
Seguridad	12%	5	0,60	7	0,84	7	0,84	7	0,84
Ambientes	10%	3	0,30	3	0,30	3	0,30	3	0,30
Actividades ofrecidas	10%	5	0,52	5	0,52	5	0,52	5	0,52
Variedad y menú	11%	3	0,34	3	0,34	3	0,34	3	0,34
Capacidad del lugar	13%	8	1,00	7	0,88	7	0,88	7	0,88
Ubicación	11%	10	1,10	10	1,10	10	1,10	10	1,10
Precios	12%	8	0,94	7	0,82	7	0,82	7	0,82
Transporte	10%	0	-	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Calificación ponderada	100%		5,54		5,74		5,74		5,54

Fuente: investigación de mercado

Se ha realizado una evaluación de los locales existentes que prestan servicio de fiestas infantiles, tomando en cuenta los aspectos decisivos a la hora de elegir el local. El peso que se ha dado a cada punto está basado en el estudio de mercado realizado - encuesta (Pregunta No. 12 Siendo 4 la opción más importante y 1 la de menos importancia que aspectos tomaría en consideración para contratar los servicios de la nueva empresa).

➤ **Climbing Park**



Ubicado en San Juan de Dios S4-64 Valle de los Chillos Sector de Playa Chica , los servicios que ofrece son: plan para 30 niños, 3 horas de duración, , Animación, decoración, invitaciones, hotdogs y gaseosas para los niños, 15 hotdogs y 15 gaseosas para padres, dulces para la mesa, 1 pastel, 6 premios sorpresa. El valor del paquete es \$475.

De acuerdo a los aspectos analizados Climbing Park obtuvo una calificación de 5.88 sobre 10, siendo su punto más débil el transporte donde obtuvo como calificación “0”, ya que no posee este servicio, otros puntos bajos son el precio y la variedad en el menú alcanzando una calificación de 3 en cada aspecto, en cuanto al ambiente y actividades ofrecidas obtuvo una calificación de 5 y siendo sus puntos más fuertes y favorables el personal competente con una calificación de 8, seguridad y ubicación 9 y 10 en la capacidad del lugar.

➤ **Valle Aventura**



Ubicado en Calle Guayacanes lote 8 y Cipreses Urb. Bohíos de Capelo Sector Las Retamas. Los servicios que ofrece son: uso de instalaciones por 3 horas, decoración con globos de acuerdo al tema elegido, bebidas ilimitadas para 20 niños, 20 adultos, snacks y dulces para la mesa, saltarín pequeño, 20 sorpresas rellenas de dulces, 1 piñata con dulces, máquina de canguil ilimitado por 2 horas. Valor del paquete 20 niños \$300.

Valle Aventura en el análisis realizado obtuvo una calificación de 6.11 sobre 10, siendo su punto más débil el transporte donde obtuvo como calificación “0”, ya que no posee este servicio, otros puntos bajos son variedad en el menú alcanzando una calificación de 3, en cuanto al precio ambiente y actividades ofrecidas obtuvo una calificación de 5 y siendo sus puntos más fuertes y favorables el personal competente con una calificación de 8, seguridad y ubicación 9 y 10 en la capacidad del lugar.

➤ **Supercines**



Ubicado en el Centro Comercial San Luis shopping 2º piso, paquete para 25 invitados ofrece: invitaciones, presentación de la película que elija, combos especiales de snack, cola y dulces, salón de fiesta exclusivo para el cumpleaños, torta, sorpresas, decoración con globos, manteles, piñata. Animadoras. Valor del paquete \$450

Supercines en el análisis realizado obtuvo una calificación de 6.43 sobre 10, siendo su punto más débil el transporte donde obtuvo como calificación “0”, ya que no posee este servicio, otros puntos bajos son los ambientes con una puntaje de 4, en cuanto al precio, variedad en el menú y actividades ofrecidas obtuvo una calificación de 5 y siendo sus puntos más fuertes y favorables la seguridad con 8 puntos, el personal competente, capacidad y ubicación con un puntaje de 10.

➤ **Play zone**



Ubicado en el Centro Comercial San Luis Shopping 3er piso, el paquete ofrece invitaciones electrónicas o de papel, regalo para el cumpleaños (\$6 de bonos), Bandas de identificación ultraband, 2 horas de juego libre en Play zone (sin exclusividad), manilla que activa juegos, accesorios (sombreros, paletas, marcos) para que se tomen fotos divertidas. Valor por niño \$10,10 mínimo 15 niños en adelante. Alimentación extra de American Deli \$5. (Únicamente si contrata alimentación podrá traer paste, bocaditos y tendrá la zona reservada fuera del local.

Supercines en el análisis realizado obtuvo una calificación de 6.43 sobre 10, siendo su punto más débil el transporte donde obtuvo como calificación “0”, ya que no posee este servicio, otros puntos bajos son los ambientes con una puntaje de 4, en cuanto al precio, variedad en el menú y actividades ofrecidas obtuvo una calificación de 5 y siendo sus puntos más fuertes y favorables la seguridad con 8 puntos, el personal competente, capacidad y ubicación con un puntaje de 10.

➤ **Ch Farina**



Ubicado en el C.C. El Triángulo Urb. San Rafael Av. Ilalo S/n y General Enríquez el paquete para 20 niños ofrece: animadora para la fiesta, piñata rellena de dulces y golosinas, regalo sorpresa para el cumpleaños, tarjeta de invitación, bolsitas de papel para piñata, decoración con globos, serpentinas explosivas, porta nombres, bonetes, caritas pintadas, exclusivo show de pizza. Valor \$179.

En el análisis realizado Ch Farina obtuvo una calificación de 5.74 sobre 10, siendo su punto más débil el transporte donde obtuvo como calificación “0”, ya que no posee este servicio, otros puntos bajos son los ambientes y variedad en el menú con un puntaje de 3, en cuanto a la capacidad de lugar, seguridad y precio obtuvo una calificación de 7 puntos, el personal competente 9, y ubicación con un puntaje de 10.

➤ **Pollo Campero**



Ubicado en Avenida General Rumiñahui 275 e isla genovesa, San Rafael paquete para 20 niños ofrece: Invitaciones, decoración del local, animación coordinadora, pollito campero y

payasita, carita pintada, torta, piñata, sorpresas combo para cada niño (presa de pollo, papas y gaseosa), regalo sorpresa para el cumpleaños. Valor del paquete \$300.

Pollo Campero en el análisis obtuvo una calificación de 5.74 sobre 10, siendo su punto más débil el transporte donde obtuvo como calificación “0”, ya que no posee este servicio, otros puntos bajos son los ambientes y variedad en el menú con una puntaje de 3, la seguridad, capacidad del local y precios obtuvieron un puntaje de 7 puntos, el personal competente 9, y ubicación del local un puntaje de 10.

➤ **Texas Chicken**



Ubicado en San Rafael, C.C. Plaza Paris, paquete para 20 niños ofrece: decoración del local, tarjetas, sorpresa, piñata, regalo para el cumpleaños, música, payasita, pastel.

Texas Chicken en el análisis obtuvo una calificación de 5.54 sobre 10, siendo su punto más débil el transporte donde obtuvo como calificación “0”, ya que no posee este servicio, otros puntos bajos son los ambientes y variedad en el menú con una puntaje de 3, en cuanto al personal, seguridad, capacidad del lugar y precios obtuvo 7 puntos, y la ubicación alcanzó un puntaje de 10.

4.3 PLAN DE MARKETING

4.3.1 Marketing mix de servicio

Los servicios, conforman un conjunto de las actividades que una empresa lleva adelante para satisfacer las necesidades del cliente. Un servicio es un bien intangible no material, que cumple con características como la inseparabilidad que habla de que la producción y el consumo son simultáneos, la perecibilidad, es decir que no se puede almacenar y la heterogeneidad que habla que dos servicios no pueden ser idénticos.

4.3.2 Prestación - producto

El Centro Integral de fiestas infantiles Nfiesta2pretende brindar un servicio innovador y diferenciado en la organización y realización de fiestas infantiles, donde los niños puedan disfrutar de un momento de diversión junto a sus amigos y allegados, al mismo tiempo que sus padres compartan con él la felicidad de un año más de vida sin tener que estresarse por la organización.

El espacio físico en el que se desarrollará la fiesta, estará adecuada a la edad de su pequeños, y contará con diferentes ambientes que les permita disfrutar a todos los niños independientemente de la edad, gustos, género y afinidades que tengan los pequeños, puesto que cada lugar les ofrecerá diversión activa o pasiva, inclusive para los más pequeños de casa, todo esto con las debidas seguridades que demanda cada actividad.

La seguridad del establecimiento está debidamente controlada con cámaras de seguridad para vigilancia permanente interna y externa. En las áreas que más se requierase encontrará personal capacitado para que asista e interactúe en el juego con los niños, contarán con un

espacio exclusivo donde podrán servirse bocaditos, snacks, bebidas, dulces y más... esto de acuerdo al paquete contratado por los papitos. El momento de cantar juntos el Cumpleaños Feliz al festejado se lo hará de manera divertida y caerá globos del cielo para alegría de los niños.



Nfiesta2 se preocupará de la innovación continua en la prestación del servicio de fiestas infantiles, de tal manera que los eventos no sean repetitivos y así puedan disfrutar de un servicio único. Los 2 locales diseñados de acuerdo a las necesidades y requerimientos de diversión, y de acuerdo a la edad, brindarán a los niños un ambiente acogedor, divertido y en el que podrán desenvolverse sin ningún problema.

PAQUETE No.1: NIÑOS DE 1 A 5 AÑOS

En esta etapa los niños están aprendiendo y explorando cosas nuevas, en ocasiones disfrutan más el de ser un espectador, gustan mucho de funciones de títeres, de juegos imitadores acompañados de música, de juguetes que les llama la atención, en esta etapa es

importante que un monitor esté siempre presente acompañando y guiando las diferentes actividades para su disfrute.

Gráfico 35. Paquete No. 1 Niños de 1 a 5 años

PAQUETE DE 1 A 5 AÑOS
Animación
Caritas pintadas
Arreglo de mesa del pastel (de acuerdo al personaje elegido)
Cotillón
Cielo de globos
Función de títeres
Piñata mediana
Invitaciones
COMIDA
Gelatinas medianas arcoiris
Frutas con chocolate
Galletas o mallow cubiertos de chocolate
Bebidas ilimitadas
Torta para 50 personas o hotcakes individuales
30 mini sánduches
30 sánduches para grandes
30 algodones de azúcar, canguil o granizados

Elaborado por: Daniela Serrano

PAQUETE No. 2: NIÑOS DE 6 A 12 AÑOS

En esta edad los niños ya son mucho más independientes, prefieren actividades en las que demandan esfuerzo físico, disfrutan mucho el compartir con sus amigos, primos o compañeros de su misma edad, atrás quedó el ser espectadores, ahora prefieren ser los actores principales del evento, por este motivo se ha diseñado un espacio en el que los niños puedan liberar toda su energía y en el caso de las niñas aflore su vanidad y se sientan como una estrella de cine.

Gráfico 36. Paquete No 2. Niños de 6 a 12 años

PAQUETE DE 6 A 12 AÑOS
Monitores
Caritas pintadas
Arreglo de mesa del pastel (de acuerdo a la temática elegida)
Cotillón
Cielo de globos
Piñata mediana
Invitaciones
COMIDA
Gelatinas medianas arcoiris
Pop cakes
Galletas o masmellowcubiertos de chocolate
Bebidas ilimitadas
Torta para 50 personas o hotcakes individuales
30 pizzas individuales
30 sánduches para grandes
30 algodones de azúcar, canguil o granizados

Elaborado por: Daniela Serrano

En cuanto a la diversión se realizará itinerario de actividades a realizarse para que no solo se lo haga de manera libre, sino ofrecer un momento de interacción entre los pequeños y las actividades que les guste hacer. Este servicio será diferente para cada fiesta infantil y mucho más si se trata de niños que asisten a la misma escuela, para que el evento no sea repetitivo.

4.3.2.1 Precio

El Centro integral Nfiesta2 brindará un paquete de servicios establecido para cada edad, este paquete único se podrá complementar de acuerdo a las necesidades o ideas que tengan en mente los papitos para realizar su fiesta. La creatividad será el factor primordial al momento de contratar los servicios.

La estrategia que se establecerá en cuanto al precio será el de la diferenciación de servicios y productos a ofrecer, ya que a medida que se vaya realizando las ideas para la fiesta y los requerimientos vayan en aumento el precio irá incrementando. Es importante mencionar que el precio establecido no se lo hará en base al precio del mercado existente puesto que el Centro Integral de fiestas infantiles tendrá un concepto completamente diferente y exclusivo.

Tabla 39. Precio establecido del servicio

	Año 1
Porcentaje de utilidad	15%
Utilidad	\$ 69
Precio por evento (30 niños)	\$ 531
Total eventos por año	342
Precio por niño	\$ 17,70

Fuente: análisis financiero

4.3.2.2 Plaza

La estrategia empleada en El diseño del Centro Integral de fiestas infantiles tendrá el concepto de varios ambientes, que se dividirán en:

- Área de obstáculos: contará con un espacio de obstáculos, 2 fuertes de madera, donde los chicos podrán jugar a guerra de pistolas de pelotas pagables.



Fuente: recuperado de <http://thekillahkrew.forumpro.fr/t98-x-box-et-pc-splat-magazine-renegade-paintball>

- Área de Spa: lugar exclusivo para niñas donde pueden realizarse mascarillas naturales, peinarse, manicure, pedicura, y maquillarse como una princesa.



Fuente:recuperado de:<http://lara.quebarato.com>

- Área de juegos libres: que contará con saltarines, futbolín, jockey de mesa.



Fuente: recuperado de <http://www.peruyello.com>

- Área de niños de 1 a 5 años: área con juegos lúdicos, piscina de pelotas, rompecabezas, títeres.



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

- Área de alimentos: donde estará la mesa de la torta, los bocaditos de dulce y de sal que se servirán además de máquinas dispensadoras de algodón, granizados, canguil y demás cosas que incluya el paquete.



Fuente recuperada de: <https://www.pinterest.com>

- Sala de Estar: lugar destinado a los padres de familia que se quedan acompañando a sus hijos, tendrán una pantalla gigante donde podrán observar las distintas áreas del Centro para su mayor tranquilidad. Y comodidad donde contarán con una estación de bebidas y bocaditos si lo han decidido los dueños del evento.



Fuente recuperada de: <http://www.transentreprise.com>

Todos los ambientes antes descritos contarán con una decoración llamativa y alegre que hará sentir a los niños libres de divertirse en su mundo, sin olvidarnos de complacer los gustos de cada niño al momento de elegir la temática o personajes favoritos con los que quiera decorar su fiesta

4.3.2.3 Promoción

Se establecerá una estrategia de posicionamiento basados en la diferenciación del servicio, la creatividad para entregar un servicio diferenciado será la principal carta de presentación. Además se realizara un plan de promoción y publicidad que se hará a través de volantes entregados en los principales centros comerciales del sector como son CC San Luis, CC Plaza

del Valle, CC RiverMall, también se realizará publicidad en los colegios como la Academia Militar del Valle, Liceo Naval, Colegio Farina entre otros.

En el local del Centro Integral de fiestas infantiles, que se encontrará ubicado en un lugar estratégico al ingreso al Valle de los Chillos en la Av. General Rumiñahui, se colocará una valla que llame la atención de la población en general. Además que tendrá una fachada con una decoración llamativa.

Tabla 40. Plan de medios

Publicidad	Aplicación	Frecuencia anual	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Internet	E-mailing	3	x	x	x									
	Facebook	12	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Activación de marca	volantes	3	x	x	x									
	valla publicitaria	1	x											
	trípticos	3	x	x	x									
Revistas	Revista Líderes	2	x	x										

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 41. Presupuesto de Marketing

Publicidad	Aplicación	Frecuencia anual	Costo unitario	Año 1
Internet	E-mailing	3	\$ 100,00	\$ 300
	Facebook	12	\$ 200,00	\$ 2.400
Activación de marca	volantes	3	\$ 80,00	\$ 240
	valla publicitaria	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500
	trípticos	3	\$ 150,00	\$ 450
Revistas	Revista Líderes	2	\$ 800,00	\$ 1.600
Total	Total			\$ 6.490

Elaborado por: Daniela Serrano

Papelería de Centro Integral de fiestas infantiles Nfiesta2

Gráfico 37. Logo Nfiesta2



Gráfico 38. Valla publicitaria

Por que ya pasó el tiempo de solo
contratar **SOLO** el payaso...

CENTRO INTEGRAL DE ORGANIZACIÓN DE FIESTAS INFANTILES

Gráfico 39. Informativo 1

PAQUETE DE 1 A 5 AÑOS

ANIMACIÓN

- Caritas pintadas
- Arreglo de mesa del pastel (de acuerdo al personaje elegido)
- Cotillón
- Cielo de globos
- Función de títeres
- Piñata mediana
- Invitaciones

ALIMENTACIÓN

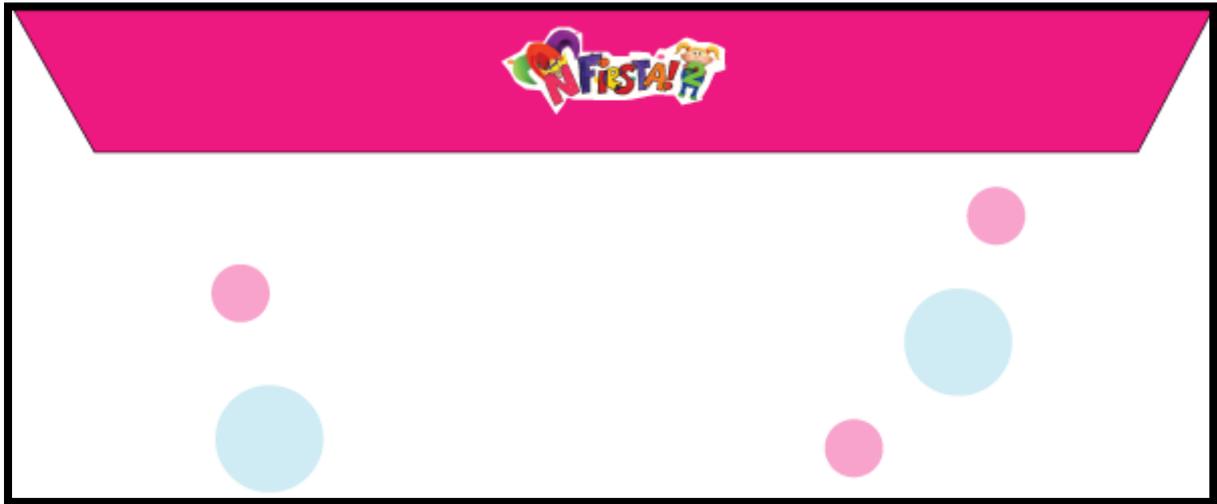
- Gelatinas medianas arcoiris
- Frutas con chocolate
- Galletas o mallow cubiertos de chocolate
- Bebidas ilimitadas
- Torta para 50 personas o hot cakes individuales
- 30 mini sánduches
- 30 sánduches para grandes
- 30 algodones de azúcar, canguil o granizados

Por que ya pasó el tiempo de
contratar **SOLO** el payaso...

CENTRO INTEGRAL DE ORGANIZACIÓN DE FIESTAS INFANTILES

Gráfico 40. Sobre

Cara Anterior



Cara posterior

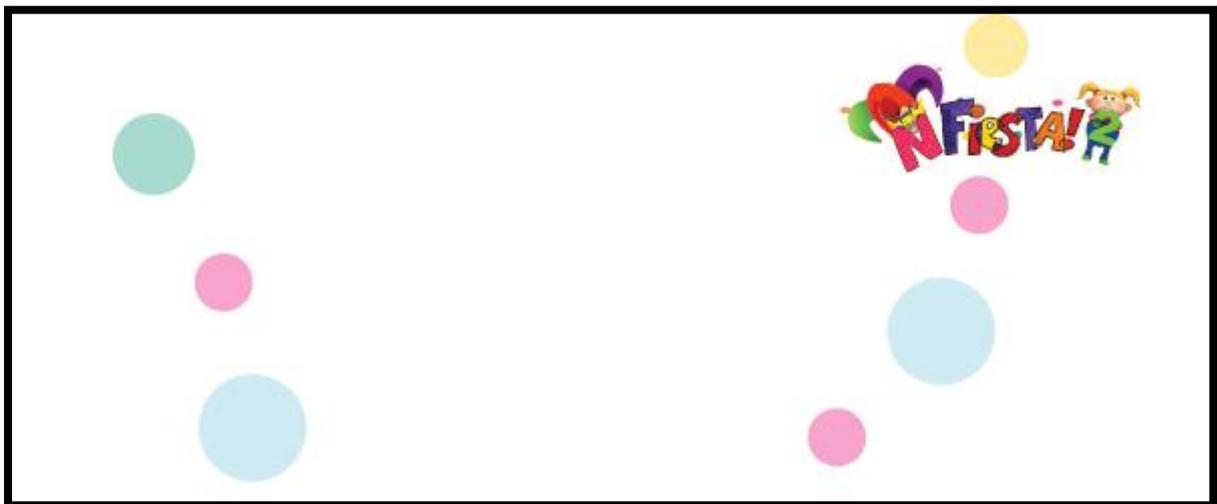
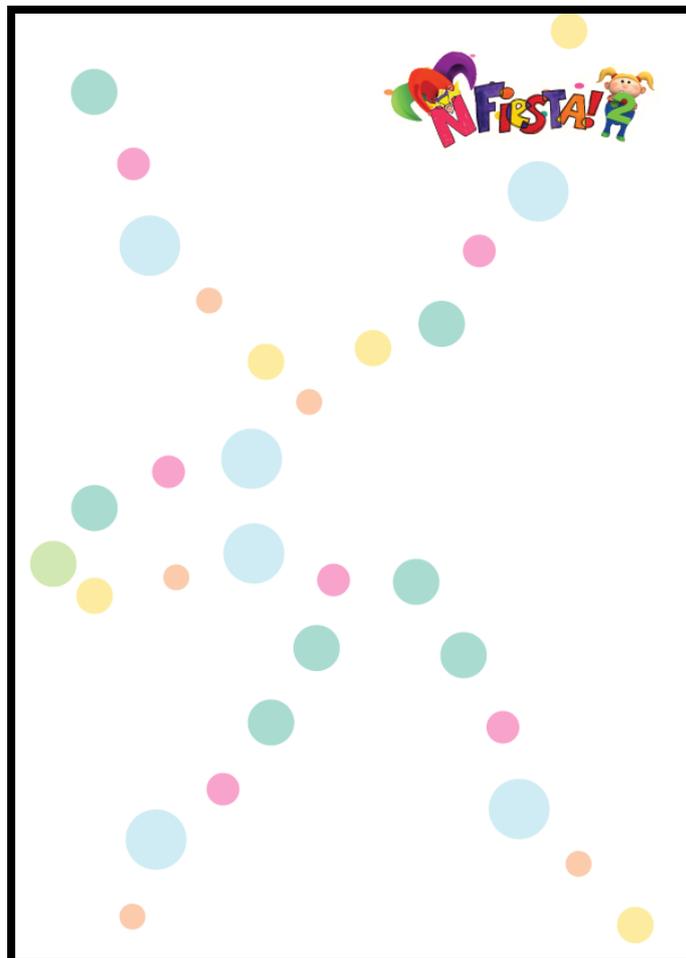


Gráfico 41. Tarjeta de presentación



Gráfico 42. Hoja membretada



4.3.2.4 Personal de contacto

La estrategia para el personal de contacto estará basada en la formación y capacitación del personal con el que contará el Centro Integral de fiestas infantiles, por tal motivo el personal serán jóvenes especializados en brindar diversión y un buen manejo en el trato con los niños, la paciencia y cariño hacia los pequeños será un factor primordial que se fomente en el establecimiento, además de una atención cálida y personalizada de parte de todo el equipo hacia los invitados a la fiesta.

Una buena presentación de todo el equipo que forma parte de Nfiesta2 y la capacitación constante en diversión, entretenimiento y cuidado de niños será parte de la filosofía del Centro Integral de fiestas infantiles de tal manera que tanto niños como padres disfruten del momento.

Gráfico 44. Uniforme para niños de 1 a 5 años



Gráfico 43. Uniforme para niños de 6 a 12 años



Plan de capacitación:

El personal que forme parte de Nfiesta2 necesitará contar con experiencia en la realización de Fiestas infantiles, adicional a ello se brindará capacitación constante en temas de importancia para el desarrollo del negocio. Para dar inicio a la operación se brindará al personal una capacitación general que se encuentra planificado de acuerdo al siguiente cronograma.

Tabla 42. Plan de capacitación

TEMAS	DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	DIA 5
Atención al Cliente	2	2			
Cuidado de niños de 1 a 5 años	2	2			
Cuidado de niños de 6 a 12 años			2	2	
Primeros auxilios			2	2	
Como animar fiestas infantiles			1	1	
Juegos interactivos para niños de 1 a 12 años					2
Pintacaritas					2
Decoración en globos					2

Elaborado por: Daniela Serrano

4.3.2.5 Procesos

Para los procesos la estrategia a implementarse está basada en la eficiencia operativa que busca la más alta productividad en la organización de fiestas infantiles. El Centro Integral levantará información de los eventos que se efectúen y de las actividades realizadas en cada uno de ellos, aplicará una encuesta de satisfacción de servicio y realizará seguimiento de post venta, de manera que el cliente conozca que es muy importante para nosotros sus opiniones y sugerencias, ya que esto nos permitirá seguir renovando nuestros servicios y marcando la diferencia

4.4 PARTE TECNICA DEL PROYECTO

La parte técnica del proyecto es de vital importancia ya que es necesario plantear estrategias en cada proceso de la prestación del servicio para optimizar los diferentes recursos con los que cuenta la empresa y brindar un servicio de calidad y exclusivo que es la base de la presente propuesta. Los principales aspectos dentro del estudio técnico son: la factibilidad logística, determinando las rutas apropiadas para acceder a la empresa, detallar el lugar idóneo para la instalación de la empresa y la ingeniería del proyecto, requerimientos de mano de obra, bienes materiales y los equipos que se utilizará para la puesta en marcha del proyecto para poder dar paso al estudio financiero.

4.5 OBJETIVOS

- Determinar el tamaño del proyecto.
- Mostrar la ubicación óptima del proyecto para el desarrollo de sus operaciones
- Establecer los equipos idóneos para el óptimo funcionamiento del Centro Integral de fiestas infantiles
- Detallar los requerimientos de materiales e insumos necesarios para la puesta en marcha de proyecto.

4.6 LOCALIZACIÓN

Para dar inicio a las operaciones del Centro Integral de Fiestas infantiles es necesario contar con un espacio amplio y seguro, de tal manera que las instalaciones estén perfectamente equipadas para la realización de fiestas infantiles así como para la operación administrativa, operativa y logística del proyecto. La localización de la empresa estará basada en ciertos factores técnicos, dentro de estos se analizará la cercanía del mercado, el fácil acceso a mismo y es espacio disponible.

4.6.1 Micro localización

En esta etapa, se selecciona el área general donde se ubicará el proyecto. Para el presente estudio el Centro Integral de fiestas infantiles estará ubicado de la siguiente manera:

- País: Ecuador
- Región: Sierra
- Provincia: Pichincha
- Cantón: Quito

Gráfico 45. Micro localización de Quito



Fuenterecuperado de: www.dspace.uce.edu.ec

4.6.2 Micro localización

Consiste en determinar el lugar exacto del Valle de los Chillos donde se ubicará el Centro Integral de fiestas infantiles con varios ambientes, para esto se ha utilizado en método cualitativo por puntos, donde se asignarán valores cuantitativos a los principales factores que influye en la decisión de la localización del Centro Integral de fiestas infantiles, esto con el objeto de ponderarlas y elegir la mejor opción de localización.

Los factores que se han considerado como relevantes para la localización son los siguientes:

- Costo de arriendo
- Fácil acceso
- Disponibilidad de transporte
- Tráfico de personas

Las ubicaciones registradas dentro del Valle de los Chillos que se ajustan a las necesidades de la empresa son:

Tabla 43. Posibles ubicaciones para la empresa

Ubicación 1	Conocoto
Ubicación 2	Av. General Rumiñahui
Ubicación 3	Sangolquí

Determinados los factores y las posibles ubicaciones del Centro Integral de fiestas infantiles, se asignará un peso a cada factor mencionado y en función de ello se calificará a cada una de las ubicaciones sugeridas con una puntuación del 1 al 10 siendo el 1 la calificación más baja y 10 la más alta. Expuestas las indicaciones la matriz de micro localización es la siguiente:

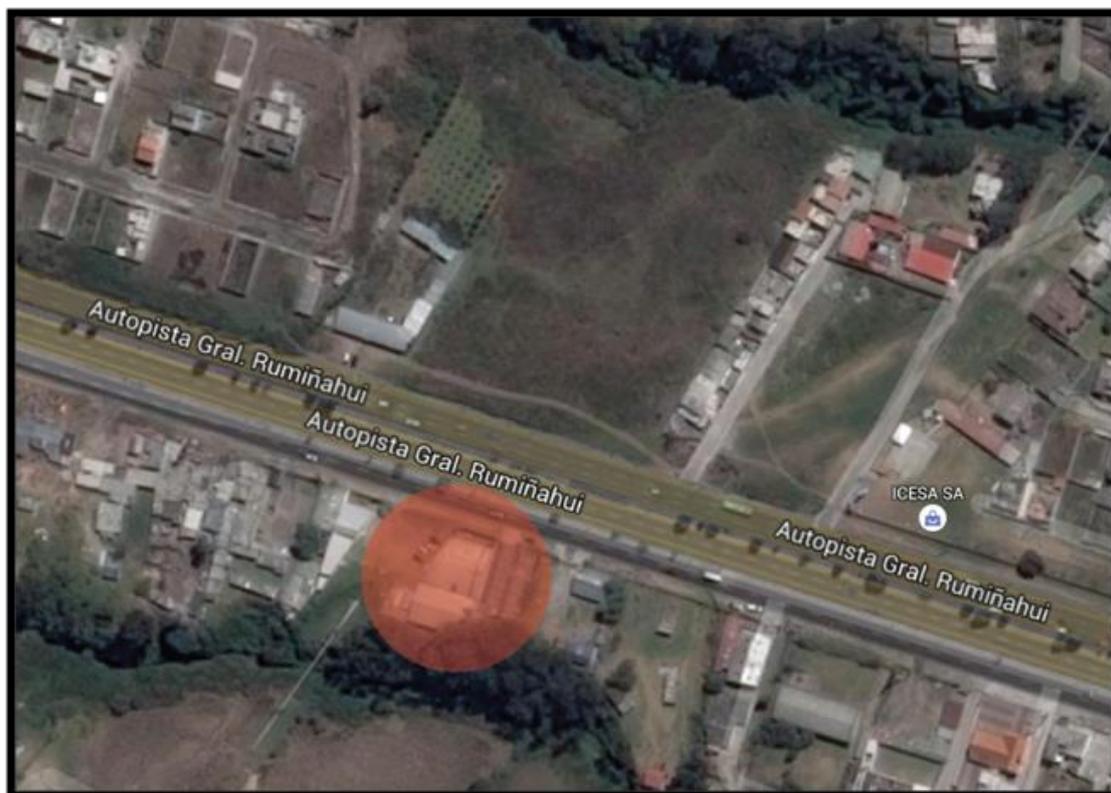
Tabla 44. Matriz de Micro localización

FACTOR	PESO	UBICACION1		UBICACION2		UBICACIÓN 3	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Costo de arriendo	0,20	8,00	1,60	8,00	1,60	9,00	1,80
Fácil acceso	0,30	9,00	2,70	10,00	3,00	7,00	2,10
Disponibilidad de transporte	0,20	6,00	1,20	10,00	2,00	8,00	1,60
Tráfico de personas	0,30	7,00	2,10	10,00	3,00	8,00	2,40
TOTAL	1,00		7,60		9,60		7,90

Fuente y elaboración: Daniela Serrano

Evaluados los factores se puede determinar que la ubicación óptima para el Centro Integral de fiestas infantiles es en la Avenida General Rumiñahui entre el puente 6 y 7 Oe4-131, la cual tiene una superficie de 1000 m² sector ubicado en el siguiente croquis.

Gráfico 46. Localización



Fuente recuperada de: googlemaps

4.7 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto se determina tomando en cuenta la demanda potencial y el área disponible del terreno para la instalación del Centro Integral de fiestas infantiles. El análisis del tamaño del proyecto es importante para determinar la inversión a realizarse.

De acuerdo al análisis realizado de la oferta y demanda, tenemos que la oferta existente en el sector del Valle de los Chillos cubre el 60% de de demanda, quedando como demanda insatisfecha 11.158 personas de las cuales se pretende captar el 3% en el primer año y con un incremento del 9% anual.

Tabla 45. Participación de mercado

Años	Demanda Insatisfecha	Cobertura de la demanda
1	11.401	342
2	11.649	372
3	11.903	405
4	12.163	441
5	12.428	480

Elaborado por: Daniela Serrano

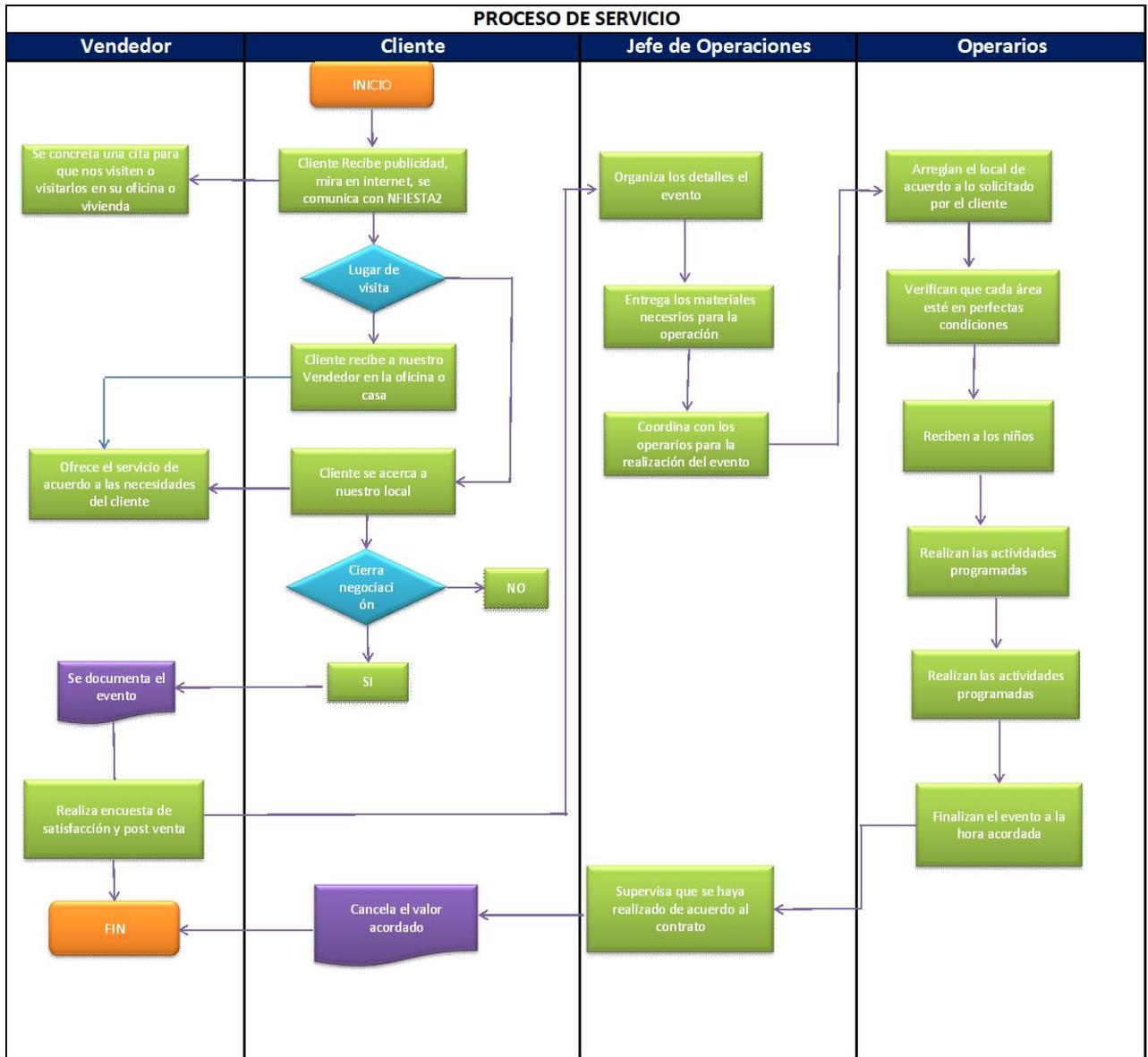
4.8.INGENIERIA DEL PROYECTO

En el de ingeniería del proyecto se presenta de manera detallada todo lo que implica la instalación y el funcionamiento del Centro Integral de fiestas infantiles. Este análisis irá desde la descripción de procesos, adquisición de equipo y maquinaria, distribución del espacio físico, hasta definir la estructura organizacional y jurídica que tendrá el proyecto.

Antes de iniciar con la descripción de los procesos y adquisición de equipo y maquinaria necesarios para la puesta en marcha del proyecto es necesario definir la cadena de valor para la empresa que es uno de los instrumentos predominantes para el análisis interno de la misma. Ya que este permite desarticular las actividades que realiza la empresa para comercializar un producto o servicio, es decir divide la actividad general en actividades de producción de valor. A continuación, se procede a identificar las actividades referentes al proyecto a implementar.

4.8.1 Flujo grama de procesos

Gráfico 47. Flujo grama de procesos



Elaborado por: Daniela Serrano

4.8.2 Requerimiento de equipos, maquinaria e instalaciones

El Centro Integral de fiestas infantiles para el correcto desarrollo de actividades demanda de la adquisición de activos fijos como son muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación, mobiliario para cada ambiente instalado. A continuación, se detalla los requerimientos:

Tabla 46. Mobiliario Recepción

RECEPCION	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
2	Counter
2	Sillas
2	Papeleras
2	Teléfonos
2	Computadoras

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 47. Mobiliario bodegas

BODEGA	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
3	Estanterías metálicas
1	Escritorio básico
1	Silla
1	Papelera
1	Archivador pequeño

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 48. Mobiliario vestidor

BAÑO VESTIDOR	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
4	Casilleros

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 49. Mobiliario oficina administrativa

OFICINA ADMINISTRACIÓN	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Escritorio
1	Silla con ruedas
2	Sillas clientes
1	Archivador Arturito
1	Archivador aéreo
1	Teléfono
1	Computadora

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 50. Mobiliario salas multiusos

SALAS MULTIUSOS	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
2	Mesas grandes
2	Mesas medianas
10	Mantelería variada
2	Dispensadores de agua

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 51. Mobiliario para salas de estar

SALAS DE ESTAR	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
2	Televisores de 42"
4	Mesas auxiliares pequeñas
2	Salas lounge
8	Puffs

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 52. Mobiliario de Sala de niños de 1 a 5 años

AREA NIÑOS DE 1 A 5 AÑOS	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Juego de tobogán y piscina de pelotas
10	Juegos de pelotas (piscina)
20	Piso de foamy para niños
2	Mobiliarios puff
1	Escenario para títeres
1	Estantería para juguetes
1	Cocina de juguete
1	Mecánica de juguete
7	Juguetes lúdicos varios
5	Rompecabezas
1	Caja de legos grande

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 53. Mobiliario de área de obstáculos

AREA DE OBSTÁCULOS Y PISTOLAS	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
15	Pistolas de pelotas adhesivas
15	Chalecos especiales
15	Gafas protectoras
8	Obstáculos
2	Fuertes de madera

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 54. Mobiliario de spa para niñas

AREA DE SPA PARA NIÑAS	
4	Peinadoras de madera
5	Sillas
1	Mesa pequeña
4	Sillas hamacas
1	Vestidor
2	Espejos grandes
1	Estantería

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 55. Mobiliario de área juegos varios

AREA DE JUEGOS VARIOS	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Resbaladera con tobogán
1	Saltarín
1	Hockey de mesa
1	Futbolín
4	Puffs

Elaborado por: Daniela Serrano

4.9 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Para el correcto desarrollo de las actividades del Centro Integral de fiestas infantiles se ha determinado la siguiente estructura organizacional:

Gráfico 48. Organigrama estructural



Elaborado por: Daniela Serrano

Como se puede ver los departamentos de Recursos Humanos y Operaciones está a cargo del Gerente General y así lo deben reportar, el departamento de contabilidad es anexo a la estructura a manera de apoyo ya que no pertenecerá directamente a la empresa al igual que el servicio de seguridad y guardianía. La gerencia reportará directamente a la Junta de Accionistas.

Gráfico 49. Organigrama posicional



Elaborado por: Daniela Serrano

4.9.1 Manual de funciones

Tabla 56. Gerente General

DATOS DE IDENTIFICACION		
NOMBRE DEL PUESTO:	Gerente General	CÓDIGO: 001
ÁREA:	Administración	
CIUDAD:	Quito	
SUPERVISADO POR:		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL:	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE
	Junta de Accionistas	Reportes Gerenciales

1. OBJETIVO DEL CARGO

Responsable de la dirección y representación legal de la empresa, es el responsable de establecer políticas generales dentro de la empresa. Desarrolla y define los objetivos organizacionales, planifica el crecimiento y buen funcionamiento de la empresa a corto y a largo plazo, presenta al Directorio los estados financieros, el presupuesto, programas de trabajo y demás obligaciones que requiera.

2. PRINCIPALES FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO

1	Ejercer la representación legal de la Empresa.
2	Administrar globalmente de las actividades de la empresa buscando su mejoramiento organizacional, técnico y financiero
3	Garantizar el cumplimiento de las normas, reglamentos, políticas e instructivos internos y los establecidos por las entidades de regulación y control.
4	Participar en reuniones con el Directorio, para analizar y coordinar las actividades de la empresa en general.
5	Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo-contable, de personal, entre otros.
6	Garantizar el adecuado manejo de los recursos de la empresa.
7	Coordinar y controlar la ejecución y seguimiento al cumplimiento del Plan Estratégico .
8	Planear y definir estrategias para lograr cumplir con los objetivos de la empresa.
9	Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.

3. NIVEL DE SUPERVISIÓN



4. REQUISITOS INTELECTUALES Y DESTREZAS

REQUISITOS	DESTREZAS
Educación: Profesional en Administración de empresas o afines	Capacidad de trabajar en equipo
Experiencia: mínimo de 3 años en cargos similares	Ser objetivo
	Actitud de líder
	Tener don de mando
	Iniciativa propia
	Capacidad de toma de decisiones

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 57. Jefe de Operaciones

DATOS DE IDENTIFICACION		
NOMBRE DEL PUESTO:	Jefe de operaciones	CÓDIGO: 004
ÁREA:	Administración	
CIUDAD:	Quito	
SUPERVISADO POR:		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL:	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE
	Gerente General	

1. OBJETIVO DEL CARGO

El Jefe de Operaciones es el responsable del desarrollo de un plan de trabajo coordinado con las personas que actúan directa e indirectamente en la prestación de servicio de fiestas infantiles

2. PRINCIPALES FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO

- 1 Coordinar la gestión de los eventos en todas las áreas del establecimiento.
- 2 Supervisar el cumplimiento de todas las normas de seguridad en del establecimiento.
- 3 Encargado de la contratación de personal de apoyo a las operaciones en todos los servicios que entrega
- 4 Coordinar la correcta elaboración de sistema de turnos de todo el personal operativo de la unidad de

3. NIVEL DE SUPERVISIÓN



4. REQUISITOS INTELECTUALES Y DESTREZAS

REQUISITOS	DESTREZAS
Profesional en Administración de empresas, Hotelería o carreras afines	Capacidad de trabajo bajo presión
Experiencia de 2 años en organización de eventos	Vocación de servicio para/con el cliente
	Excelente relaciones laborales e interpersonales.
	Capacidad de Liderazgo.
	Habilidades sociales (empatía y afabilidad)
	Actitud dinámica (dinamismo).
	Conocimiento de organización de eventos

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 58. Animador (a)

DATOS DE IDENTIFICACION		
NOMBRE DEL PUESTO:	Animador (a)	CÓDIGO: 005
ÁREA:	Operaciones	
CIUDAD:	Quito	
SUPERVISADO POR:		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL:	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE
	Jefe de Operaciones	

1. OBJETIVO DEL CARGO

Serán los responsables del cuidado y diversión supervisada de los niños asistentes a la fiesta de cumpleaños.

2. PRINCIPALES FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO

1	Revisar que todos los ambientes estén listos antes del evento
2	Coordinar con el Jefe de Operaciones las áreas que cubrirá cada animador
3	Revisar itinerario y servicios que contrató el cliente
4	Preparar las actividades a realizarse durante la fiesta de cumpleaños
5	Durante la fiesta estar pendiente de los niños que se encuentran en el área asignada

3. NIVEL DE SUPERVISIÓN



4. REQUISITOS INTELECTUALES Y DESTREZAS

REQUISITOS	DESTREZAS
Estudiantes universitarios (distintas carreras)	Proactivos y ágiles
Experiencia no indispensable	Ser objetivo
	Dinámicos, alegres
	Tener buen trato con las personas, especialmente con los niños

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 59. Mantenimiento Técnico

DATOS DE IDENTIFICACION		
NOMBRE DEL PUESTO:	Mantenimiento Técnico	CÓDIGO: 006
ÁREA:	Operaciones	
CIUDAD:	Quito	
SUPERVISADO POR:		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL:	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE
	Jefe de operaciones	Técnico de funcionamiento de equipo y maquinaria

1. OBJETIVO DEL CARGO

Será la persona responsable en dar mantenimiento a las diferentes maquinarias, y artefactos eléctricos dentro del Centro Integral de fiestas infantiles, brindará soporte ante la presencia de cualquier eventualidad que requiera reparación.

2. PRINCIPALES FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO

1	Capacidad de operar, inspeccionar, conservar y ejecutar los planes de mantenimiento de máquinas
2	Revisar diariamente las instalaciones del Centro integral de fiestas infantiles
3	Reparar las averías que se reporten
4	Proponer mejoras en los métodos de trabajo.
5	Mantener de forma adecuada los equipos de trabajo.
6	Cumplir las normas establecidas en materia de prevención de riesgos laborales

3. NIVEL DE SUPERVISIÓN



4. REQUISITOS INTELECTUALES Y DESTREZAS

REQUISITOS	DESTREZAS
Técnico en mecánica y electricidad	Responsable
Experiencia 2 años	Saber resolver problemas técnicos
	Actitud de servicio y cooperación

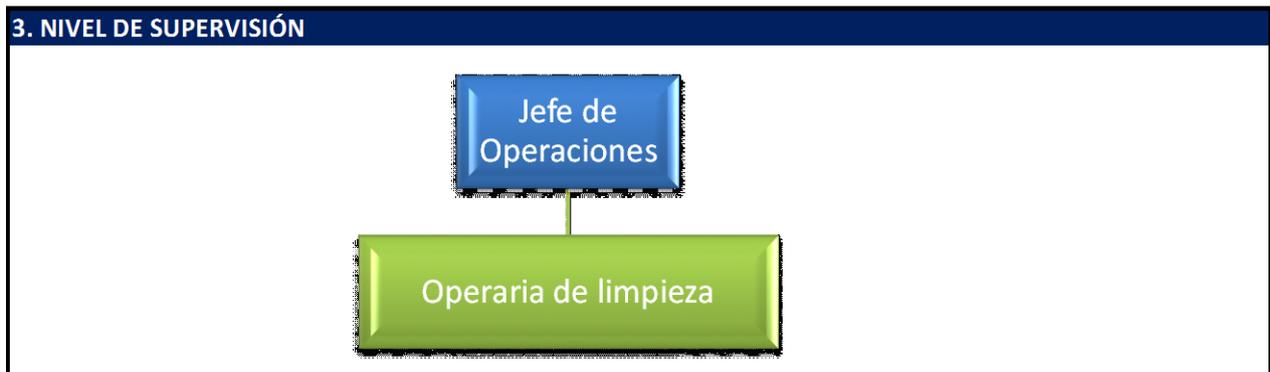
Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 60. Operaria de limpieza

DATOS DE IDENTIFICACION		
NOMBRE DEL PUESTO:	Operaria de limpieza	CÓDIGO: 007
ÁREA:	Operaciones	
CIUDAD:	Quito	
SUPERVISADO POR:		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL:	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE
	Jefe de operaciones	

1. OBJETIVO DEL CARGO
Persona encargada de mantener las instalaciones de la organización en la mejor condición de limpieza

2. PRINCIPALES FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO	
1	Limpiar las áreas del Centro integral de fiestas infantiles
2	Verificar que el sanitario se encuentre con el material adecuado para su uso.
3	Solicitar el material adecuado para la limpieza de la organización.



4. REQUISITOS INTELECTUALES Y DESTREZAS	
REQUISITOS	DESTREZAS
Bachiller	Trabajo bajo presión
1 año (no indispensable)	Pro activa
	Servicial
	Ordenada

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 61. Polifuncional

DATOS DE IDENTIFICACION		
NOMBRE DEL PUESTO:	Polifuncional	CÓDIGO: 008
ÁREA:	Operaciones	
CIUDAD:	Quito	
SUPERVISADO POR:		
NIVEL DE REPORTE ADICIONAL:	CARGO REPORTE ADICIONAL	TIPO DE REPORTE
	Jefe de operaciones	

1. OBJETIVO DEL CARGO
 Persona versátil, capaz de desarrollar diferentes tareas o actividades de manera eficaz.

- 2. PRINCIPALES FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO**
- 1 Apoyar a las diferentes áreas en las actividades que se requiera al momento
 - 2 Estar pendiente de los diferentes ambientes de requerimientos especiales
 - 3 Estar presto a realizar actividades inmediatas según las soliciten



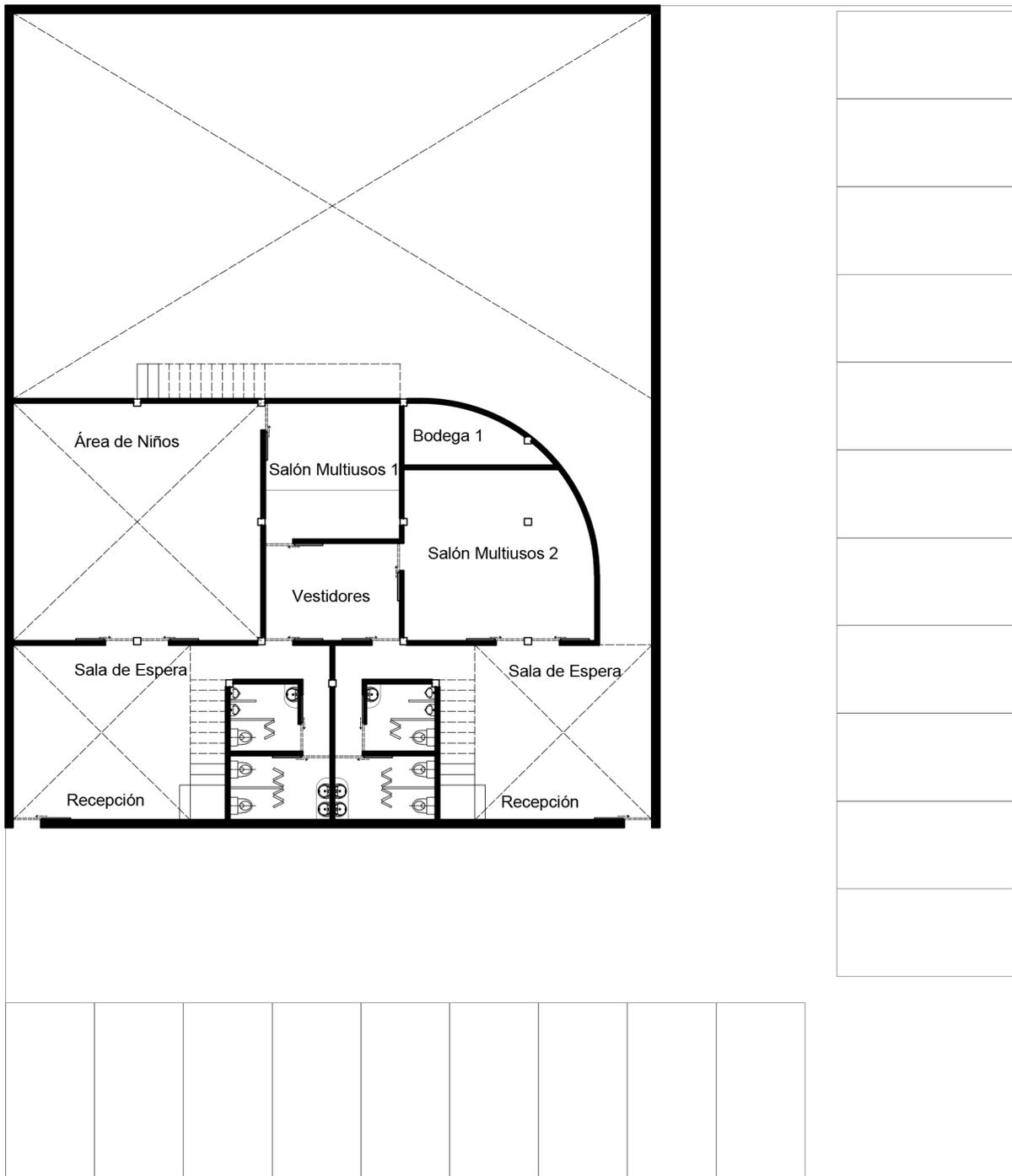
4. REQUISITOS INTELECTUALES Y DESTREZAS

REQUISITOS	DESTREZAS
Bachiller	Responsabilidad
Experiencia 1 año	Actitud de servicio
	Relaciones humanas
	Honrado

Elaborado por: Daniela Serrano

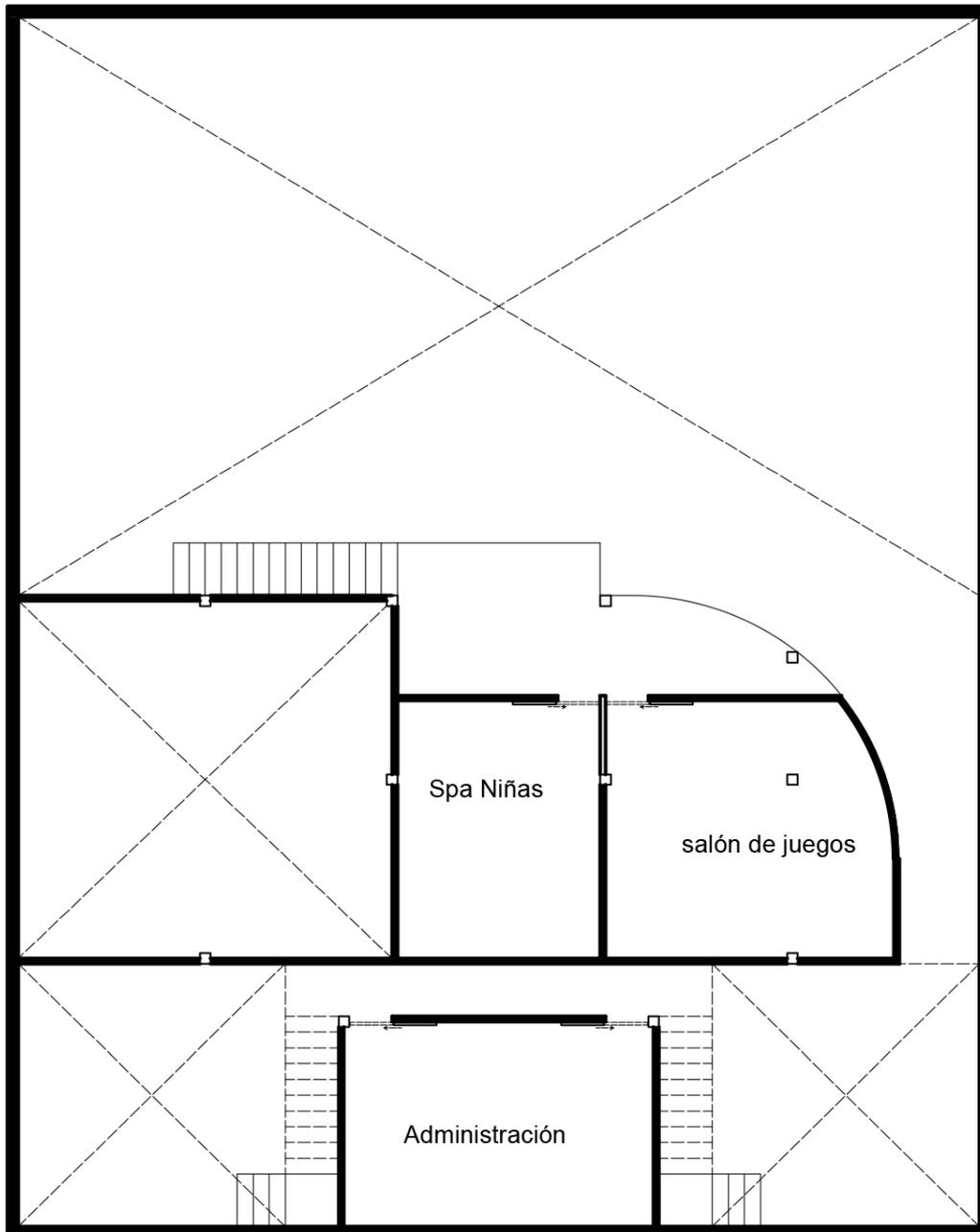
4.10 DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO FÍSICO

Gráfico 50. Planta baja Centro Integral de fiestas infantiles



Elaborado por: Arq. Esteban Serrano

Gráfico 51. Planta alta Centro Integral de fiestas infantiles



Elaborado por: Arq. Esteban Serrano

Tabla 62. Esquema General Inicial del Centro Integral de fiestas infantiles

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
2	Recepciones
1	Bodega
2	Baños
1	Vestidor
1	Oficina administración
2	Salas multiusos
2	Salas de estar para padres
1	Área de niños de 1 a 5 años
1	Área de obstáculos para pistolas
1	Área de spa de niñas
1	Área de juegos varios

Elaborado por: Daniela Serrano

4.11 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.11.1 Base legal

La legislación societaria del Ecuador cuenta con varias alternativas bajo las cuales una o varias personas pueden agruparse con el fin de emprender actividades empresariales o productivas.

Por tanto, la figura jurídica que se plantea instaurar es la de personería jurídica, la misma que se decide conformarse como Sociedad Anónima y de acuerdo a sus características el capital total está dividida en acciones, el mismo que puede ser negociado públicamente. Además, requiere de un mínimo de dos accionistas para dividir el capital accionario, tomando

en cuenta que la responsabilidad de los accionistas se restringe exclusivamente a la propiedad de sus acciones.

Para la constitución de la empresa se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Determinar el nombre de la empresa, la razón social de la empresa es NFIESTA2
- Objeto social: será la realización de Fiestas Infantiles
- Número mínimo de socios: la empresa se constituirá con dos socios que son:
 - Daniela Fernanda Serrano Sigcha (Socio 1)
 - Carlos Augusto Romero Carrasco (Socio 2)
- Capital mínimo: Para la constitución el capital mínimo es de \$800,00 dólares y se repartirá de la siguiente manera

Daniela Serrano 50%

Carlos Romero 50%

- Determinar el domicilio de la sociedad y de las sucursales que se establezcan (en el caso de existir):

La empresa NFIESTA2 se ubicará en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, Parroquia Conocoto Av. General Rumiñahui entre el puente 6 y 7 Oe4-131.

Los trámites que se deben realizar para la constitución de la empresa son los siguientes:

1. Aprobación del nombre (razón social de la empresa) en la Superintendencia de Compañías
2. Elaboración y aprobación de la minuta

3. Apertura de la cuenta de integración de capital adjuntando original y copia de minuta, copia de cédulas de los socios, aprobación del nombre, cuadro de integración de capital (todos estos requisitos con copias notariadas).
4. La minuta se eleva a escritura pública ante un Notario.
5. Entrega de copias certificadas de la escritura, aprobación de nombre y publicación con una carta dirigida al Superintendente de Compañías.
6. Emisión de resolución de aprobación de la escritura por parte de la Superintendencia de Compañías.
7. Presentación de documentación al Registro Mercantil para que conceda el número de partida o registro el cual debe ir en los nombramientos del representante legal y presidente. Requisitos:
 - Escritura de constitución de la empresa (mínimo tres copias).
 - Pago de la patente municipal.
 - Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución.
 - Cancelar el valor de \$61.82 dólares americanos.
8. Presentación de la documentación a la Superintendencia de Compañías con formulario 01A, 01B para la obtención del RUC en el SRI.

Requisitos para obtener el RUC

- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención

- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

Para obtener la licencia Metropolitana de Funcionamiento en el Municipio de Quito se requiere:

- ✓ Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento.
- ✓ Copia del RUC (Registro Único de Contribuyentes).
- ✓ Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- ✓ Copia del certificado de votación del representante legal.
- ✓ Informe de compatibilidad de uso de suelo.

Permiso de funcionamiento Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito

- ✓ Solicitud de inspección del local.
- ✓ Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- ✓ Copia del RUC (Registro Único de Contribuyentes).
- ✓ Copia de permiso del año anterior
- ✓ Copia de la patente municipal

4.11.2 Razón Social

Para la inscripción de la sociedad es necesario definir la razón social que es el nombre comercial que hace referencia a la actividad que la empresa va a desarrollar. El nombre constituirá propiedad de la empresa y no podrá ser adoptada por otra.

Nombre de la empresa: **NFIESTA2**

4.11.2.1 Logotipo

Se ha diseñado un logotipo con el objetivo de que las personas relacionen el nombre de la empresa con el producto y el servicio que se va a ofrecer y así crear una marca.

Gráfico 52. Logotipo del Centro Integral de Fiestas Infantiles



Elaborado por: Daniela Serrano

4.11.2.2 Slogan

Porque ya pasó el tiempo de solo contratar SOLO el payaso

4.12 BASE FILOSÓFICA DE LA EMRESA

Es la razón de ser y las directrices que se van a seguir para lograr que se cumplan los objetivos que la empresa ha planteado.

4.12.1 Visión

Crear nuevos estilos y tendencias en fiestas infantiles y así ser la empresa elegida por padres y niños para celebrar su gran día.

4.12.2 Misión

Ser la empresa líder en el servicio de Fiestas Infantiles brindando un servicio innovador, exclusivo y personalizado, satisfaciendo los requerimientos de nuestros clientes y brindando el mejor día de diversión a los más pequeños.

4.12.3 Principios y valores corporativos

- ✓ **Confianza:** En el servicio entregado, alcanzando altos niveles de calidad y satisfacción que nos permita gozar de la preferencia de la población del Valle de los Chillos para realizar fiestas infantiles.
- ✓ **Seguridad:** En el cuidado de las personas más importantes para una familia como son los niños y su integridad física mientras disfrutan de un momento de diversión.
- ✓ **Responsabilidad:** En cuidar cada detalle del evento realizado así como la diversión que tengan los niños dentro del Centro Integral de fiestas infantiles
- ✓ **Innovación:** para estar a la vanguardia de la diversión infantil renovando constantemente de acuerdo a la exigencia de nuestros pequeños grandes clientes y así marcar la diferencia.

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1 Objetivo

- ✓ Determinar la inversión inicial necesaria para el funcionamiento del Centro Integral de fiestas infantiles.
- ✓ Determinar los ingresos y egresos para el Centro Integral de fiestas infantiles en un periodo de cinco años.
- ✓ Elaborar los estados financieros del proyecto
- ✓ Evaluar financieramente para determinar si el Centro Infantil de fiestas infantiles es factible o no económicamente y determinar cuál es la rentabilidad para el inversionista.

5.2 Inversión del proyecto

Representa el recurso monetario inicial para la adquisición de los recursos y componentes necesarios para la puesta en marcha del Centro Integral de fiestas infantiles.

La inversión inicial se determina a través del plan de inversión, el cual programa la utilización de los recursos disponibles que requiera el desarrollo del proyecto.

5.2.1 Inversión fijas o tangibles

Constituyen todos aquellos bienes tangibles de propiedad de la empresa, que tienen permanencia prolongada y están sujetas a depreciación. Dentro de lo que es inversión fija están los activos diferidos indispensables para la operación de la empresa.

Adecuaciones: son los arreglos y construcciones necesarias que se debe realizar para el montaje del Centro Integral de fiestas infantiles dentro del área donde funcionará, el monto asciende a \$7.333.

Tabla 63. Adecuaciones

ADECUACIONES			
Activo	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Hormigón para adecuaciones m3	7	\$ 130	\$ 852
Loza de hormigón m3	18	\$ 81	\$ 1.458
Paredes de bloque m2	387	\$ 10	\$ 3.704
Urinarios	4	\$ 72	\$ 288
Inodoros	6	\$ 100	\$ 600
Lavamanos	6	\$ 72	\$ 432
TOTAL			\$ 7.333

Elaborado por: Daniela Serrano

Muebles y encerres: son todos los bienes adquiridos para el funcionamiento de la empresa como son los escritorios, sillas, archivadores y demás elementos necesarios para su funcionamiento. El valor asciende a \$ 2.232,00.

Tabla 64. Muebles y encerres de oficina

MUEBLES Y ENCERRES DE OFICINA			
Activo	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Counter	2	280	560
Sillas con ruedas básicas	3	40	120
Papeleras	3	17	51
Teléfonos	3	25	75
Estanterías metálicas	3	100	300
Escritorio básico	1	100	100
Archivador pequeño	2	135	270
Casilleros	4	30	120
Escritorio gerencial	1	370	370
Silla con ruedas ergonómica	1	115	115
Sillas clientes	2	33	66
Archivador aéreo	1	85	85
TOTAL			2.232

Elaborado por: Daniela Serrano

Equipo de computación: Corresponde la dotación de equipos de informática necesarios para el desarrollo de las actividades de la empresa. El valor asciende a \$2.977.

Tabla 65. Equipo de computación

Activo	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Computadora Core i3 4gb memoria RAM	3	\$ 899	\$ 2.697
Impresoras A3 - Epson T11 110	1	\$ 280	\$ 280
TOTAL			\$ 2.977

Elaborado por: Daniela Serrano

Maquinaria y equipos: Constituye toda la maquinaria y equipo necesarios para la realización de fiestas infantiles. El valor de la maquinaria y equipo asciende a \$1.980,00.

Tabla 66. Maquinaria y equipos

RUBROS	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Maquina de canguil	U.	2	380	\$760,00
Máquina de algodón de azúcar	U.	2	450	\$900,00
Máquina cámara de burbujas	U.	2	160	\$320,00
TOTAL				\$ 1.980,00

Elaborado por: Daniela Serrano

Montaje sala Multiusos: es la implementación de la sala donde se realizará diferentes actividades que se realicen durante la fiesta de los niños. El valor es de \$1.270.

Tabla 67. Adecuación Sala Multiusos

MONTAJE SALA MULTIUSOS			
Activo	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Mesas grandes	2	\$ 300	\$ 600
Mesas medianas	2	\$ 60	\$ 120
Mantelería variada	10	\$ 35	\$ 350
Dispensadores de agua	2	\$ 100	\$ 200
TOTAL			\$ 1.270

Elaborado por: Daniela Serrano

Montaje Sala de Estar: constituye la adecuación del área destinada a los padres para que pueda ver a sus hijos divertirse.

Tabla 68. Adecuación Sala de estar

Activo	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Televisores de 42"	2	\$ 900	\$ 1.800
Mesas auxiliares pequeñas	4	\$ 145	\$ 580
Salas lounge	2	\$ 430	\$ 860
Puffs	8	\$ 35	\$ 280
TOTAL			\$ 3.520

Montaje área de niños de 1 a 5 años: es la adecuación para la implementación de la sala de juegos para los niños de 1 a 5 años y el valor es de \$4.030.

Tabla 69. Adecuación Área niños 1 a 5 años

Activo	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Juego de tobogán y piscina de pelotas	1	\$ 1.000	\$ 1.000
Juegos de pelotas (piscina)	10	\$ 12	\$ 120
Piso de foamy para niños	20	\$ 20	\$ 400
Mobiliarios puff	2	\$ 50	\$ 100
Escenario para títeres	1	\$ 30	\$ 30
Estantería para juguetes	1	\$ 100	\$ 100
Cocina de juguete	1	\$ 150	\$ 150
Mecánica de juguete	1	\$ 150	\$ 150
Juguetes lúdicos varios	7	\$ 250	\$ 1.750
Rompecabezas	5	\$ 30	\$ 150
Caja de legos grande	1	\$ 80	\$ 80
TOTAL			\$ 4.030

Elaborado por: Daniela Serrano

Montaje para el área de pistolas y obstáculos: es la adecuación e implementación de una pista con obstáculos para los niños de 6 a 12 años donde jugarán con pistolas que disparan pelotas plegables. El valor es de \$2.045.

Tabla 70. Adecuación del área de pistolas y obstáculos

Activo	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Pistolas de pelotas adhesivas	15	\$ 75	\$ 1.125
Chalecos especiales	15	\$ 20	\$ 300
Gafas protectoras	15	\$ 12	\$ 180
Obstáculos	8	\$ 40	\$ 320
Fuertes de madera	2	\$ 60	\$ 120
TOTAL			\$ 2.045

Elaborado por: Daniela Serrano

Montaje para el área de Spa de niñas: esta área está destinada para consentir a las niñas y que se sientan como unas princesas ese día, su implementación asciende a \$2.425.

Tabla 71. Adecuación Spa de niñas

Activo	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Peinadoras de madera	4	\$ 150	\$ 600
Sillas	5	\$ 35	\$ 175
Mesa pequeña	1	\$ 35	\$ 35
Sillas amacas	4	\$ 70	\$ 280
Vestidor	1	\$ 220	\$ 220
Espejos grandes	2	\$ 70	\$ 140
Estanteria	2	\$ 100	\$ 200
Máquina spa de pies	3	\$ 120	\$ 360
Set para manicura y pedicura completos	3	\$ 45	\$ 135
Armario	1	\$ 280	\$ 280
TOTAL			\$ 2.425

Elaborado por: Daniela Serrano

Montaje para área de juegos libres: área constituida por varios juegos de mesa y toboganes de resbaladeras para la diversión de todos.

Tabla 72. Montaje área de juegos libres

Activo	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Resbaladera con tobogán	1	\$ 1.700	\$ 1.700
Saltarín	1	\$ 700	\$ 700
Hockey de mesa	1	\$ 700	\$ 700
Futbolín	1	\$ 350	\$ 350
Puff	4	\$ 35	\$ 140
TOTAL			\$ 3.590

Elaborado por: Daniela Serrano

5.2.2 Activos diferidos

Constituyen todos aquellos derechos adquiridos inicialmente que son necesarios para la operación de la empresa que incluye los gastos de constitución, documentación y certificaciones para el funcionamiento.

Tabla 73. Gastos pre operativos

Gastos preoperativos	
RUBROS	VALOR
Obtención del RUC	\$ 5
Registro de marca en el IEPI	\$ 171
Pago de patentes	\$ 150
Gastos legales	\$ 150
Imprevistos	\$ 50
TOTAL	\$ 526

Elaborado por: Daniela Serrano

5.2.3 Resumen de inversión total prevista en activos fijos**Tabla 74. Resumen de inversiones en activos fijos**

ACTIVOS INMOVILIZADO MATERIAL	
Adecuaciones	\$ 7.333
Maquinaria	\$ 1.980
Muebles y Enseres	\$ 2.232
Equipo de Computación	\$ 2.977
Montaje sala multiusos	\$ 1.270
Montaje sala de estar	\$ 3.520
Montaje sala de niños de 1 a 5 años	\$ 4.030
Montaje área de pistolas y obstáculos	\$ 2.045
Montaje área de spa para niñas	\$ 2.425
Montaje área juegos libres	\$ 3.590
TOTAL	\$ 31.402

Elaborado por: Daniela Serrano

5.2.4 Capital de trabajo

Costos	Año 1
Mano de obra	\$ 40.884,40
Servicios básicos	\$ 3.348,00
Globos	\$ 3.420,00
Algodón de azúcar	\$ 2.736,00
Canguil	\$ 1.539,00
Alimentación	\$ 41.040,00
Líquido para burbujas	\$ 1.710,00
Pintura de rostro juegos	\$ 109,44
Insumos para limpieza	\$ 1.192,80
TOTAL	\$ 95.979,64
Gastos Administrativos	Año 1
Sueldo personal administrativo	\$ 18.681,60
Arrendamientos	\$ 1.200,00
Garantía de arrendamiento	\$ 2.400,00
Materiales de oficina	\$ 207,02
Servicios básicos y de comunicación	\$ 1.695,60
Insumos de limpieza	\$ 94,50
Servicio Profesionales	\$ 25.200,00
Gastos preoperativos	\$ 526,00
Depreciaciones	\$ 3.364,14
Gastos de Ventas	Año 1
Publicidad y promoción	\$ 6.490,00
Total	\$ 59.858,86
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 155.838,50

Método de desfase

Fórmula	Costo diario
Total anual /360 * # de días de desfase	\$ 432,88

5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS

Posterior a la determinación de la inversión en activos fijos y diferidos se debe realizar la estimación de costos de la prestación del servicio y así determinar la utilidad del mismo.

5.3.1 Presupuesto de costos

El presupuesto de costos incluye tanto los valores devengados por concepto de la entrega de los servicios de organización del cumpleaños, decoración, alimentación y recreación, así como los egresos producto de las actividades administrativas.

5.3.1.1 Costos de producción

Los costos de producción están asociados a los siguientes rubros: mano de obra, insumos y gastos indirectos de fabricación; todos se han identificado en correspondencia a la cobertura de la demanda establecida previamente y proyectados en función de la tasa de inflación anual vigente que fue del 1,59%. Los costos se describen a continuación:

- **Insumos**

En los insumos para la operación del Centro Integral de fiestas infantiles se ha considerado los implementos, materiales y alimentación que se utilizarán para la realización de la fiesta, estos son:

Tabla 75. Costos de insumos de operación

INSUMOS	Cantidad	V. unit.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Globos	200	0,05	\$3.420,00	\$3.720,00	\$4.050,00	\$4.410,00	\$4.800,00
Algodones	40	0,2	\$2.736,00	\$2.976,00	\$3.240,00	\$3.528,00	\$3.840,00
Canguil lb.	5	0,9	\$1.539,00	\$1.674,00	\$1.822,50	\$1.984,50	\$2.160,00
Paquetes de alimentación	30	4	\$41.040,00	\$44.640,00	\$48.600,00	\$52.920,00	\$57.600,00
Líquido para burbujas lt	1	5	\$1.710,00	\$1.860,00	\$2.025,00	\$2.205,00	\$2.400,00
Pintura de rostro juegos	1	16	\$109,44	\$111,18	\$112,95	\$114,74	\$116,57
TOTAL			\$50.554,44	\$54.981,18	\$59.850,45	\$65.162,24	\$70.916,57

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 76. Insumos de limpieza

Insumos para limpieza	Cantidad x año	V. unit.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Desinfectante galón	40	\$ 8,00	\$ 320,00	\$ 325,09	\$ 330,26	\$ 335,51	\$ 340,84
Escobas	4	\$ 3,50	\$ 14,00	\$ 14,22	\$ 14,45	\$ 14,68	\$ 14,91
Trapeadores	2	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 50,80	\$ 51,60	\$ 52,42	\$ 53,26
Papel higiénico	96	\$ 4,00	\$ 384,00	\$ 390,11	\$ 396,31	\$ 402,61	\$ 409,01
Gel desinfectante	12	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 243,82	\$ 247,69	\$ 251,63	\$ 255,63
Jabón líquido	12	\$ 8,00	\$ 96,00	\$ 97,53	\$ 99,08	\$ 100,65	\$ 102,25
Papel toalla	24	\$ 3,70	\$ 88,80	\$ 90,21	\$ 91,65	\$ 93,10	\$ 94,58
TOTAL			\$ 1.193	\$ 1.212	\$ 1.231	\$ 1.251	\$ 1.270

Elaborado por: Daniela Serrano

- **Mano de obra**

El rubro correspondiente a la mano de obra tiene que ver con la cuantificación de las remuneraciones del personal que se encuentra relacionado directamente con el área de operaciones y con los servicios ofertado por el Centro Integral de fiestas infantiles, a continuación se muestra el detalle de mano de obra con proyección para los próximos cinco años teniendo en consideración los beneficios sociales derivados de una relación de dependencia: décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, vacaciones, fondos de reserva y aporte patronal.

Tabla 77. Mano de obra

Cargo	Nro. Personas	Remuneración Mensual
Animadores	4	\$ 366,00
Polifuncionales	1	\$ 366,00
Mantenimiento técnico	1	\$ 366,00
Limpieza	1	\$ 366,00

Elaborado por: Daniela Serrano

Cargo	Nro. Personas	Salario por persona	Salario Mensual	13°	14°	Vacaciones	Aporte Patronal 12,15%	Total Remuneración Año 1
Animadores	4	\$ 1.464	\$ 17.568	\$ 1.464	\$ 1.464	\$ 0	\$ 2.135	\$ 23.363
Polifuncionales	1	\$ 366	\$ 4.392	\$ 366	\$ 366	\$ 0	\$ 534	\$ 5.841
Mantenimiento técnico	1	\$ 366	\$ 4.392	\$ 366	\$ 366	\$ 0	\$ 534	\$ 5.841
Limpieza	1	\$ 366	\$ 4.392	\$ 366	\$ 366	\$ 0	\$ 534	\$ 5.841
Total	7	\$ 2.562	\$ 30.744	\$ 2.562	\$ 2.562	\$ 0	\$ 3.735	\$ 41.067

Tabla 78. Rol de pagos

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 79. Total proyección de remuneraciones

Cargo	Nro. Personas	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Animadores	4	\$ 23.362,51	\$ 25.197,98	\$ 25.598,62	\$ 26.005,64	\$ 26.419,13
Polifuncionales	1	\$ 5.840,63	\$ 6.299,49	\$ 6.399,66	\$ 6.501,41	\$ 6.604,78
Mantenimiento técnico	1	\$ 5.840,63	\$ 6.299,49	\$ 6.399,66	\$ 6.501,41	\$ 6.604,78
Limpieza	1	\$ 5.840,63	\$ 6.299,49	\$ 6.399,66	\$ 6.501,41	\$ 6.604,78
TOTAL REMUNERACIONES POR AÑO		\$ 40.884,40	\$ 44.096,46	\$ 44.797,59	\$ 45.509,87	\$ 46.233,48

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 80. Proyección fondos de reserva

Cargo	Nro. Personas	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Animadores	4	\$ 0,00	\$ 1.464,00	\$ 1.487,28	\$ 1.510,93	\$ 1.534,95
Polifuncionales	1	\$ 0,00	\$ 366,00	\$ 371,82	\$ 377,73	\$ 383,74
Mantenimiento técnico	1	\$ 0,00	\$ 366,00	\$ 371,82	\$ 377,73	\$ 383,74
Limpieza	1	\$ 0,00	\$ 366,00	\$ 371,82	\$ 377,73	\$ 383,74
Total		\$ 0,00	\$ 2.562,00	\$ 2.602,74	\$ 2.644,12	\$ 2.686,16

Elaborado por: Daniela Serrano

- **Gastos Indirectos de Fabricación**

Las actividades productivas del Centro requieren de gastos indirectos entre los que se identifican: servicios básicos, telecomunicaciones,

Los servicios básicos incluyen la distribución del consumo en función del área física en la planta, además se muestra el valor de pensiones básicas por concepto de telecomunicaciones, todos estos rubros.

Tabla 81. Gastos indirectos de fabricación

Servicios básicos	Cantidad	V. unit.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua potable	50	\$ 0,68	\$ 408,00	\$ 443,90	\$ 482,97	\$ 525,47	\$ 571,71
Luz eléctrica	200	\$ 0,65	\$ 1.560,00	\$ 1.697,28	\$ 1.846,64	\$ 2.009,15	\$ 2.185,95
Internet	50%	\$ 230	\$ 1.380,00	\$ 1.401,94	\$ 1.424,23	\$ 1.446,88	\$ 1.469,88
TOTAL			\$ 3.348,00	\$ 3.543,13	\$ 3.753,84	\$ 3.981,49	\$ 4.227,54

Elaborado por: Daniela Serrano

- **Gastos administrativos**

Estos gastos se relacionan a la cantidad de egresos que la operación del Centro requiere hacer por concepto de su gestión administrativa, se han dividido en sueldos del personal administrativo, arrendamiento, garantía de arrendamiento, material de oficina, servicios básicos y de comunicación, insumos de limpieza, servicios profesionales, todos estos utilizados en estas actividades, además de la depreciación.

- **Sueldos administrativos**

Correspondientes a las remuneraciones del personal del área administrativa incluyen al igual que en el caso de la mano de obra el total de sueldo anual percibido por cargo.

Tabla 82. Rol de pagos personal administrativo Año 1

Cargo	Nro. Personas	Salario por persona	Salario Anual	13°	14°	Vacaciones	Aporte Patronal 12,15%	Total Remuneración Año 1
Gerente General	1	\$ 750	\$ 9.000	\$ 750	\$ 366	\$ 0	\$ 1.094	\$ 11.585
Jefe de operaciones	1	\$ 450	\$ 5.400	\$ 450	\$ 366	\$ 0	\$ 656	\$ 7.097
Total		\$ 1.200	\$ 14.400	\$ 1.200	\$ 732	\$ 0	\$ 1.750	\$ 18.682

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 83. Total proyección remuneraciones personal administrativo

Cargo	Nro. Personas	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Gerente General	1	\$ 11.584,50	\$ 12.939,21	\$ 13.614,64	\$ 14.325,32	\$ 15.073,10
Jefe de operaciones	1	\$ 7.097,10	\$ 7.917,57	\$ 8.330,87	\$ 8.765,74	\$ 9.223,31
TOTAL REMUNERACIONES POR AÑO		\$ 18.681,60	\$ 20.856,78	\$ 21.945,50	\$ 23.091,06	\$ 24.296,41

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 84. Proyección Fondos de reserva área administrativa

Cargo	Nro. Personas	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Gerente General	1	\$ 0,00	\$ 750,00	\$ 789,15	\$ 830,34	\$ 873,69
Jefe de operaciones	1	\$ 0,00	\$ 450,00	\$ 473,49	\$ 498,21	\$ 524,21
Total		\$ 0,00	\$ 1.200,00	\$ 1.262,64	\$ 1.328,55	\$ 1.397,90

Elaborado por: Daniela Serrano

- **Arriendo**

Corresponde al pago de arriendo mensual por el local donde funcionará el Centro Integral de fiestas infantiles.

Tabla 85. Gasto Arriendo

Arrendamientos	Cantidad	V. Unit.	Año 1
Galpón	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
TOTAL			1.200,00

Elaborado por: Daniela Serrano

- **Garantía de arriendo de local**

Corresponde a la garantía por el alquiler del galpón donde funcionará el Centro integral de fiestas infantiles.

Tabla 86. Gasto Garantía de local

Garantía de arrendamiento	Cantidad	V. Unit.	Año 1
Garantía	1	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
TOTAL			2.400,00

Elaborado por: Daniela Serrano

- **Insumos de limpieza**

Corresponde a los insumos utilizados en la limpieza del área administrativa como se detalla a continuación.

Tabla 87. Gasto Insumos de limpieza

Insumos de limpieza	Cantidad	V. unit.	Año 1
Desinfectante para piso galón	4	\$ 10,00	\$ 40
Alcohol desinfectante galón	2	\$ 8,00	\$ 16
Jabón líquido galón	2	\$ 8,00	\$ 16
Trapeadores	3	\$ 7,50	\$ 23
TOTAL			\$ 95

Elaborado por: Daniela Serrano

- **Servicios profesionales**

Corresponde a los servicios externos contratados por la compañía como son los de contabilidad y guardianía, monto que asciende a \$25.200.

Tabla 88. Gasto servicios profesionales

Servicio Profesionales	Cantidad	V. unit.	Año 1
Guardiania	12	\$ 1.800,00	\$ 21.600
Contabilidad	12	\$ 300,00	\$ 3.600
TOTAL			\$ 25.200

Elaborado por: Daniela Serrano

- **Servicios básicos**

Se ha establecido el proporcional del gasto de agua potable y energía eléctrica para el área administrativa de la siguiente manera:

Tabla 89. Gasto servicios básicos área administrativa

Servicios básicos y de comunicación	Cantidad	V. unit.	Año 1
Agua potable	10	\$ 0,68	\$ 82
Luz eléctrica	30	\$ 0,65	\$ 234
Teléfono e internet	50%	\$ 230,00	\$ 1.380
Total			\$ 1.696

Elaborado por: Daniela Serrano

- **Materiales de oficina**

Los materiales de oficina se detalla lo que se utilizará en el años, valor que asciende a \$207.

Tabla 90. Gasto materiales de oficina - administrativo

Materiales de oficina	Cantidad	V. Unit.	Año 1
Papel (Resmas)	3	\$ 3,84	\$ 12
Sistema de tinta continua Epson T30	2	\$ 40,00	\$ 80
Material de escritorio (Grapadora, perforadora,	3	\$ 38,50	\$ 116
TOTAL			\$ 207

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 91. Gastos administrativos

Gastos Administrativos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arrendamientos	\$ 1.200,00	\$ 1.219,08	\$ 1.238,46	\$ 1.258,15	\$ 1.278,16
Garantía de arrendamiento	\$ 2.400,00	\$ 2.438,16	\$ 2.476,93	\$ 2.516,31	\$ 2.556,32
Materiales de oficina	\$ 207,02	\$ 210,31	\$ 213,66	\$ 217,05	\$ 220,50
Servicios básicos y de comunicación	\$ 1.695,60	\$ 1.722,56	\$ 1.749,95	\$ 1.777,77	\$ 1.806,04
Insumos de limpieza	\$ 94,50	\$ 96,00	\$ 97,53	\$ 99,08	\$ 100,66
Servicio Profesionales	\$ 25.200,00	\$ 25.600,68	\$ 26.007,73	\$ 26.421,25	\$ 26.841,35
Gastos preoperativos	\$ 526,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciaciones	\$ 3.364,14	\$ 3.364,14	\$ 3.364,14	\$ 2.401,58	\$ 2.401,58
Total	\$ 34.687,26	\$ 34.650,94	\$ 35.148,40	\$ 34.691,20	\$ 35.204,61

Elaborado por: Daniela Serrano

- **Depreciación**

Las depreciaciones de los activos fijos se han calculado a través del método de línea recta, estableciendo un valor residual del 3% como forma de ahorro para la recompra del activo al término de su vida útil.

Tabla 92. Depreciación de activos fijos

Concepto	Total	Porcentaje	Año 1	Vida útil (años)	Porcentaje	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor de salvamento
Adecuaciones	\$ 7.333,09	5%	\$ 7.333,09	20	5%	\$ 356	\$ 355,65	\$ 355,65	\$ 355,65	\$ 355,65	-\$ 5.554,82
Maquinaria	\$ 1.980,00	2%	\$ 1.980,00	10	10%	\$ 192	\$ 192,06	\$ 192,06	\$ 192,06	\$ 192,06	-\$ 1.019,70
Muebles y Enseres	\$ 2.232,00	2%	\$ 2.232,00	10	10%	\$ 217	\$ 216,50	\$ 216,50	\$ 216,50	\$ 216,50	-\$ 1.149,48
Equipo de Computación	\$ 2.977,00	2%	\$ 2.977,00	3	33%	\$ 963	\$ 962,56	\$ 962,56	\$ 0,00	\$ 0,00	-\$ 89,31
Montaje sala multiusos	\$ 1.270,00	2%	\$ 1.270,00	10	10%	\$ 123	\$ 123,19	\$ 123,19	\$ 123,19	\$ 123,19	-\$ 654,05
Montaje sala de estar	\$ 3.520,00	2%	\$ 3.520,00	10	10%	\$ 341	\$ 341,44	\$ 341,44	\$ 341,44	\$ 341,44	-\$ 1.812,80
Montaje sala de niños de 1 a 5 años	\$ 4.030,00	2%	\$ 4.030,00	10	10%	\$ 391	\$ 390,91	\$ 390,91	\$ 390,91	\$ 390,91	-\$ 2.075,45
Montaje área de pistolas y obstáculos	\$ 2.045,00	2%	\$ 2.045,00	10	10%	\$ 198	\$ 198,37	\$ 198,37	\$ 198,37	\$ 198,37	-\$ 1.053,18
Montaje área de spa para niñas	\$ 2.425,00	2%	\$ 2.425,00	10	10%	\$ 235	\$ 235,23	\$ 235,23	\$ 235,23	\$ 235,23	-\$ 1.248,88
Montaje área juegos libres	\$ 3.590,00	2%	\$ 3.590,00	10	10%	\$ 348	\$ 348,23	\$ 348,23	\$ 348,23	\$ 348,23	-\$ 1.848,85
TOTAL	\$ 31.402,09		\$ 31.402,09			\$ 3.364	\$ 3.364	\$ 3.364	\$ 2.402	\$ 2.402	-\$ 7.724,00

Elaborado por: Daniela Serrano

5.3.1.2 Gasto de Ventas

Los gastos de ventas corresponden a los rubros que por concepto de promoción es pagan a los proveedores, como se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla 93. Gasto publicidad y promoción

Publicidad	Aplicación	Frecuencia anual	Costo unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Internet	E-mailing	3	\$ 100,00	\$ 300	1,59%			
	Facebook	12	\$ 200,00	\$ 2.400				
Activación de marca	volantes	3	\$ 80,00	\$ 240				
	valla publicitaria	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500				
	trípticos	3	\$ 150,00	\$ 450				
Revistas	Revista Líderes	2	\$ 800,00	\$ 1.600				
Total	Total			\$ 6.490	\$ 6.593,19	\$ 6.698,02	\$ 6.804,52	\$ 6.912,71

Elaborado por: Daniela Serrano

5.3.1.3 Gastos financieros

Los gastos financieros corresponden a los intereses generados por procesos de endeudamiento.

Tabla 94. Gastos financieros

Años	Dividendo	Capital	Interés	Saldo capital
				\$ 27.920
1	\$ 7.713	\$ 4.410	\$ 3.303	\$ 23.510
2	\$ 7.713	\$ 4.931	\$ 2.781	\$ 18.579
3	\$ 7.713	\$ 5.515	\$ 2.198	\$ 13.064
4	\$ 7.713	\$ 6.167	\$ 1.545	\$ 6.897
5	\$ 7.713	\$ 6.897	\$ 816	\$ 0
			\$ 10.643	

Elaborado por: Daniela Serrano

5.3.1.4 Presupuesto de ingresos

Para determinar el ingreso producto del servicio prestado, se multiplica el precio de cada paquete por la cantidad de eventos que se realice al año en el Centro Integral de fiestas infantiles. Por esta razón el primer paso para obtener los ingresos es determinar el valor del paquete de cumpleaños para lo cual se ha utilizado dos métodos:

- a. Método de Costo más Margen; y,
- b. Precios de mercado

Para determinar el valor de cada paquete se ha sumado el costo del servicio más el 15% de utilidad.

Tabla 95. Costos y Gastos

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
<i>Costos</i>	\$ 94.786,84	\$ 102.620,76	\$ 108.401,88	\$ 114.653,61	\$ 121.377,59
Mano de Obra	\$ 40.884,40	\$ 44.096,46	\$ 44.797,59	\$ 45.509,87	\$ 46.233,48
Servicios básicos	\$ 3.348,00	\$ 3.543,13	\$ 3.753,84	\$ 3.981,49	\$ 4.227,54
Globos	\$ 3.420,00	\$ 3.720,00	\$ 4.050,00	\$ 4.410,00	\$ 4.800,00
Algodón de azúcar	\$ 2.736,00	\$ 2.976,00	\$ 3.240,00	\$ 3.528,00	\$ 3.840,00
Canguil	\$ 1.539,00	\$ 1.674,00	\$ 1.822,50	\$ 1.984,50	\$ 2.160,00
Alimentación	\$ 41.040,00	\$ 44.640,00	\$ 48.600,00	\$ 52.920,00	\$ 57.600,00
Líquido para burbujas	\$ 1.710,00	\$ 1.860,00	\$ 2.025,00	\$ 2.205,00	\$ 2.400,00
Pintura de rostro juegos	\$ 109,44	\$ 111,18	\$ 112,95	\$ 114,74	\$ 116,57
Insumos para limpieza	\$ 1.192,80	\$ 1.211,77	\$ 1.231,03	\$ 1.250,61	\$ 1.270,49
<i>Gastos administrativos</i>	\$ 53.368,86	\$ 55.507,72	\$ 57.093,90	\$ 57.782,26	\$ 59.501,02
Sueldo personal administrativo	\$ 18.681,60	\$ 20.856,78	\$ 21.945,50	\$ 23.091,06	\$ 24.296,41
Arrendamientos	\$ 1.200,00	\$ 1.219,08	\$ 1.238,46	\$ 1.258,15	\$ 1.278,16
Garantía de arrendamiento	\$ 2.400,00	\$ 2.438,16	\$ 2.476,93	\$ 2.516,31	\$ 2.556,32
Materiales de oficina	\$ 207,02	\$ 210,31	\$ 213,66	\$ 217,05	\$ 220,50
Servicios básicos y de comunicación	\$ 1.695,60	\$ 1.722,56	\$ 1.749,95	\$ 1.777,77	\$ 1.806,04
Insumos de limpieza	\$ 94,50	\$ 96,00	\$ 97,53	\$ 99,08	\$ 100,66
Servicio Profesionales	\$ 25.200,00	\$ 25.600,68	\$ 26.007,73	\$ 26.421,25	\$ 26.841,35
Gastos preoperativos	\$ 526,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciaciones	\$ 3.364,14	\$ 3.364,14	\$ 3.364,14	\$ 2.401,58	\$ 2.401,58
<i>Gastos de ventas</i>	\$ 6.490,00	\$ 6.593,19	\$ 6.698,02	\$ 6.804,52	\$ 6.912,71
Publicidad	\$ 6.490,00	\$ 6.593,19	\$ 6.698,02	\$ 6.804,52	\$ 6.912,71
<i>Gastos Financieros</i>	\$ 3.303	\$ 2.781	\$ 2.198	\$ 1.545	\$ 816
Interés pago de la deuda a largo plazo	\$ 3.303	\$ 2.781	\$ 2.198	\$ 1.545	\$ 816
Total costos y gastos	\$ 157.949	\$ 167.503	\$ 174.392	\$ 180.786	\$ 188.607

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 96. Costo por evento

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Eventos por año	342	372	405	441	480
Costos por evento	\$ 461,838	\$ 450,277	\$ 430,597	\$ 409,945	\$ 392,932

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 97. Precio por paquete

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje de utilidad	15%				
Utilidad	\$ 69				
Precio por evento (30 niños)	\$ 531	\$ 540	\$ 548	\$ 557	\$ 566

Elaborado por: Daniela Serrano

Como se muestra en los cuadros el costo anual de operación es de \$157.949 analizando el primero año, y consecutivamente durante 5 años, teniendo así un costo por evento de \$462 en

el primer año y obteniendo como precio final de venta por paquete de \$531 con una utilidad del 15%.

Tabla 98. Ingreso por ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Evento	342	372	405	441	480
Precio	\$ 531	\$ 540	\$ 548	\$ 557	\$ 566
Ingresos	\$ 181.641	\$ 200.716	\$ 221.996	\$ 245.572	\$ 271.539

Elaborado por: Daniela Serrano

5.4 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias muestra la utilidad proyectada de la operación del Centro Integral de fiestas infantiles en un periodo de tiempo de cinco años, teniendo en consideración dos criterios:

- a. Los ingresos se han proyectado a precios fijos
- b. Los costos y gastos se proyectan con un incremento del 1,56% por concepto de inflación
- c. La repartición a trabajadores es del 15%; y,
- d. El impuesto a la renta de 22%.

Tabla 99. Estado de pérdidas y ganancias

	INGRESOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	INGRESOS		\$ 181.640,90	\$ 200.715,75	\$ 221.995,66	\$ 245.572,10	\$ 271.539,26
	Ventas de Servicios		\$ 181.640,90	\$ 200.715,75	\$ 221.995,66	\$ 245.572,10	\$ 271.539,26
(-)	COSTO DE VENTAS		\$ 95.979,64	\$ 103.832,53	\$ 109.632,91	\$ 115.904,21	\$ 122.648,08
(+)	MANO DE OBRA DIRECTA		\$ 40.884,40	\$ 44.096,46	\$ 44.797,59	\$ 45.509,87	\$ 46.233,48
	Sueldos + Beneficios		\$ 40.884,40	\$ 44.096,46	\$ 44.797,59	\$ 45.509,87	\$ 46.233,48
(+)	GASTOS INDIRECTOS		\$ 55.095,24	\$ 59.736,07	\$ 64.835,32	\$ 70.394,34	\$ 76.414,60
	Servicios básicos		\$ 3.348,00	\$ 3.543,13	\$ 3.753,84	\$ 3.981,49	\$ 4.227,54
	Globos		\$ 3.420,00	\$ 3.720,00	\$ 4.050,00	\$ 4.410,00	\$ 4.800,00
	Algodón de azúcar		\$ 2.736,00	\$ 2.976,00	\$ 3.240,00	\$ 3.528,00	\$ 3.840,00
	Canguil		\$ 1.539,00	\$ 1.674,00	\$ 1.822,50	\$ 1.984,50	\$ 2.160,00
	Alimentación		\$ 41.040,00	\$ 44.640,00	\$ 48.600,00	\$ 52.920,00	\$ 57.600,00
	Líquido para burbujas		\$ 1.710,00	\$ 1.860,00	\$ 2.025,00	\$ 2.205,00	\$ 2.400,00
	Pintura de rostro juegos		\$ 109,44	\$ 111,18	\$ 112,95	\$ 114,74	\$ 116,57
	Insumos para limpieza		\$ 1.192,80	\$ 1.211,77	\$ 1.231,03	\$ 1.250,61	\$ 1.270,49
(=)	GANANCIA BRUTA		\$ 85.661,27	\$ 96.883,22	\$ 112.362,75	\$ 129.667,88	\$ 148.891,18
(-)	GASTOS		\$ 63.161,78	\$ 64.882,15	\$ 65.989,78	\$ 66.132,24	\$ 67.229,62
	GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 53.368,86	\$ 55.507,72	\$ 57.093,90	\$ 57.782,26	\$ 59.501,02
	Sueldos + Beneficios		\$ 18.681,60	\$ 20.856,78	\$ 21.945,50	\$ 23.091,06	\$ 24.296,41
	Arrendamientos		\$ 1.200,00	\$ 1.219,08	\$ 1.238,46	\$ 1.258,15	\$ 1.278,16
	Garantía de arrendamiento		\$ 2.400,00	\$ 2.438,16	\$ 2.476,93	\$ 2.516,31	\$ 2.556,32
	Materiales de oficina		\$ 207,02	\$ 210,31	\$ 213,66	\$ 217,05	\$ 220,50
	Servicios básicos y de comunicación		\$ 1.695,60	\$ 1.722,56	\$ 1.749,95	\$ 1.777,77	\$ 1.806,04
	Insumos de limpieza		\$ 94,50	\$ 96,00	\$ 97,53	\$ 99,08	\$ 100,66
	Servicio Profesionales		\$ 25.200,00	\$ 25.600,68	\$ 26.007,73	\$ 26.421,25	\$ 26.841,35
	Gastos preoperativos		\$ 526,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	Depreciaciones		\$ 3.364,14	\$ 3.364,14	\$ 3.364,14	\$ 2.401,58	\$ 2.401,58
	GASTOS DE VENTA		\$ 6.490,00	\$ 6.593,19	\$ 6.698,02	\$ 6.804,52	\$ 6.912,71
	Sueldos + Beneficios		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	Promoción y Publicidad		\$ 6.490,00	\$ 6.593,19	\$ 6.698,02	\$ 6.804,52	\$ 6.912,71
	GASTOS FINANCIEROS		\$ 3.302,91	\$ 2.781,24	\$ 2.197,86	\$ 1.545,46	\$ 815,89
	Interés		\$ 3.302,91	\$ 2.781,24	\$ 2.197,86	\$ 1.545,46	\$ 815,89
(=)	GANANCIA ANTES DE PARTICIPACIÓN		\$ 22.499,49	\$ 32.001,07	\$ 46.372,97	\$ 63.535,64	\$ 81.661,56
(-)	PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$ 3.374,92	\$ 4.800,16	\$ 6.955,95	\$ 9.530,35	\$ 12.249,23
(=)	GANANCIA ANTES DE IMPUESTOS		\$ 19.124,57	\$ 27.200,91	\$ 39.417,02	\$ 54.005,29	\$ 69.412,32
(-)	IMPUESTO A LA RENTA		\$ 4.207,40	\$ 5.984,20	\$ 8.671,75	\$ 11.881,16	\$ 15.270,71
(=)	GANANCIA DE OPERACIONES CONTINUADAS		\$ 14.917,16	\$ 21.216,71	\$ 30.745,28	\$ 42.124,13	\$ 54.141,61
(-)	Reserva Legal 5%		\$ 745,86	\$ 1.060,84	\$ 1.537,26	\$ 2.106,21	\$ 2.707,08
(=)	UTILIDAD NETA		\$ 14.171,30	\$ 20.155,87	\$ 29.208,01	\$ 40.017,92	\$ 51.434,53

Elaborado por: Daniela Serrano

5.5 ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio muestra en dólares la cantidad de ingresos que debe generar el Centro de fiestas infantiles para equipararse a sus costos de operación, para ello se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{CostosFijos}}{1 - \frac{\text{CostosVariables}}{\text{Ingresos}}}$$

Previo al cálculo de la fórmula se identifican los costos fijos y variables según su tratamiento:

Tabla 100. Costos fijos y variables

Costos variables	Anualizado
Mano de Obra	\$ 40.884,40
Servicios básicos	\$ 3.348,00
Globos	\$ 3.420,00
Algodón de azúcar	\$ 2.736,00
Canguil	\$ 1.539,00
Alimentación	\$ 41.040,00
Líquido para burbujas	\$ 1.710,00
Pintura de rostro juegos	\$ 109,44
Insumos para limpieza	\$ 1.192,80
Total	\$ 95.979,64
Costos fijos	Anualizado
Sueldo personal administrativo	\$ 18.681,60
Arrendamientos	\$ 1.200,00
Garantía de arrendamiento	\$ 2.400,00
Materiales de oficina	\$ 207,02
Servicios básicos y de	\$ 1.695,60
Insumos de limpieza	\$ 94,50
Servicio Profesionales	\$ 25.200,00
Gastos preoperativos	\$ 526,00
Depreciaciones	\$ 3.364,14
Publicidad	\$ 6.490,00
Interés pago de la deuda a largo plazo	\$ 3.302,91
Total	\$ 63.161,78

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 101. Método de desfase

Fórmula	Costo diario	días de desfase	Capital de trabajo
Total anual /360 * # de días de desfase	\$ 432,88	90	\$ 38.959,62

Elaborado por: Daniela Serrano

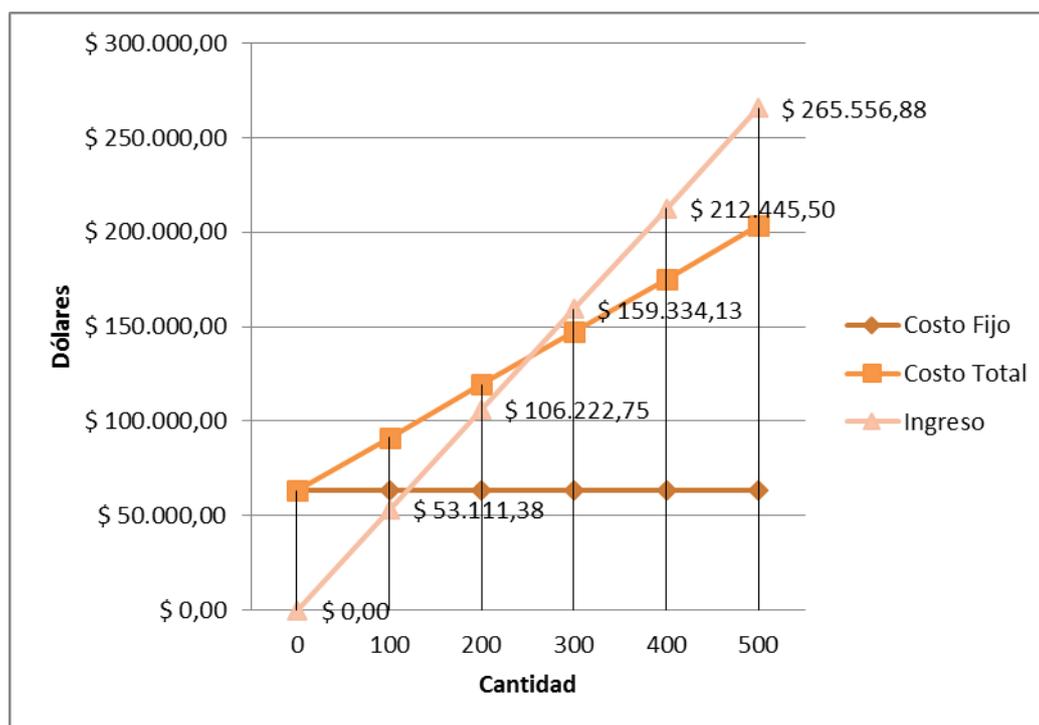
Tabla 102. Cálculo del punto de equilibrio

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	\$ 181.641	\$ 200.716	\$ 221.996	\$ 245.572	\$ 271.539
Costo variable unitario	\$ 280,64				
Margen de contribución	\$ 250,47				
			PE. Dólares		
Costos fijos	\$ 63.161,78	\$ 133.931,73	\$ 133.931,73		
Costos variables	\$ 95.979,64	0,47			
PE. Cantidades	252,17				

Elaborado por: Daniela Serrano

El cálculo del punto de equilibrio muestra que el Centro integral de fiestas infantiles necesita generar un mínimo de 259,52 eventos por año que generaría un ingreso de \$123.303,31.

Gráfico 53. Representación gráfica del Punto de Equilibrio



Elaborado por: Daniela Serrano

5.6 PLAN DE FINANCIAMIENTO

El financiamiento de la inversión se realizará a través de dos fuentes aportes de socios y capital obtenido a través de crédito.

5.6.1 Fuentes y uso de fondos

El cuadro de fuentes y usos de capital muestra la distribución de los aportes según cada fuente de financiamiento:

Tabla 103. Plan de financiamiento

Descripción	Monto de Inversión	FUENTES DE FINANCIAMIENTO			
		C. Propio		C. Prestamo	
Activo fijo	Total	Aporte de socios		Crédito	
Adecuaciones	\$ 7.333,09	\$ 7.333,09	100%	\$ 0,00	0%
Maquinaria	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	100%	\$ 0,00	0%
Muebles y Enseres	\$ 2.232,00	\$ 2.232,00	100%	\$ 0,00	0%
Equipo de Computación	\$ 2.977,00	\$ 2.977,00	100%	\$ 0,00	0%
Montaje sala multiusos	\$ 1.270,00	\$ 635,00	50%	\$ 635,00	50%
Montaje sala de estar	\$ 3.520,00	\$ 1.760,00	50%	\$ 1.760,00	50%
Montaje sala de niños de 1 a 5 años	\$ 4.030,00	\$ 2.015,00	50%	\$ 2.015,00	50%
Montaje área de pistolas y obstáculos	\$ 2.045,00	\$ 1.022,50	50%	\$ 1.022,50	50%
Montaje área de spa para niñas	\$ 2.425,00	\$ 1.212,50	50%	\$ 1.212,50	50%
Montaje área juegos libres	\$ 3.590,00	\$ 1.795,00	50%	\$ 1.795,00	50%
Capital de Trabajo					
Provisión de capital 3 meses	\$ 38.959,62	\$ 19.479,81	50%	\$ 19.479,81	50%
TOTAL INVERSIÓN DEL PROYECTO	\$ 70.361,71	\$ 42.441,90		\$ 27.919,81	
PORCENTAJE DE APORTACIÓN DE CADA FUENTE DE FINANCIAMIENTO		60%		40%	

Elaborado por: Daniela Serrano

El aporte de socios será de \$42.441,90 que equivale al 60%, mientras el aporte de crédito a solicitarse a una entidad financiera es de \$27.919,81 dólares que equivale al 40% de la inversión.

5.6.2 El costo del proyecto y su financiamiento

El financiamiento del proyecto se realizará a través del Banco Procredit con un crédito productivo que aplica una tasa del 11,83% según lo publicado en la página web de la institución, dicho crédito se lo solicitará para un periodo de 5 años, la tabla de amortización con pagos de anualidades se muestra a continuación:

Tabla 104. Datos crédito Banco Procredit

BANCO PROCREDIT	
Montos en crédito productivo	Sin monto mínimo
% que cubre del proyecto	80%
TASA DE INTERÉS	11,83%
PLAZO DE LA DEUDA	Hasta 5 años
TIPO DE GARANTÍA	Personal o Hipotecaria
GARANTÍA	115%

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 105. Tabla de amortización

Años	Dividendo	Capital	Interés	Saldo capital
				\$ 27.920
1	\$ 7.713	\$ 4.410	\$ 3.303	\$ 23.510
2	\$ 7.713	\$ 4.931	\$ 2.781	\$ 18.579
3	\$ 7.713	\$ 5.515	\$ 2.198	\$ 13.064
4	\$ 7.713	\$ 6.167	\$ 1.545	\$ 6.897
5	\$ 7.713	\$ 6.897	\$ 816	\$ 0

Elaborado por: Daniela Serrano

La cuota a pagar del crédito es de \$7.713 anuales por un periodo de 5 años, con un valor total de \$27.920.

5.6.3 Balance de situación inicial

El balance de situación muestra el estado de los activos y pasivos previo al inicio de operaciones del Centro de fiestas infantiles en función del financiamiento y el aporte de capital de los socios.

Tabla 106. Balance de situación inicial

	Inicial
Activos	
Activos Corrientes	\$ 38.963
Caja - Bancos	\$ 38.963
Activos fijos	\$ 31.402
Adecuaciones	\$ 7.333
Maquinaria	\$ 1.980
Muebles y Enseres	\$ 2.232
Equipo de Computación	\$ 2.977
Montaje sala multiusos	\$ 1.270
Montaje sala de estar	\$ 3.520
Montaje sala de niños de 1 a 5 años	\$ 4.030
Montaje área de pistolas y obstáculos	\$ 2.045
Montaje área de spa para niñas	\$ 2.425
Montaje área juegos libres	\$ 3.590
Depreciación Acumulada	
Total activos	\$ 70.365
Pasivos	
Pasivos corrientes	
Participación Trabajadores x pagar (15%)	\$ 0
Impuesto Renta x pagar (22%)	\$ 0
Dividendos x pagar (50%)	\$ 0
Reserva Legal (5%)	\$ 0
Pasivos largo plazo	-\$ 27.922
Obligaciones Financieras	-\$ 27.922
Total pasivos	-\$ 27.922
Patrimonio	
Capital Social	-\$ 42.444
Utilidades Retenidas	
Total patrimonio	-\$ 42.444
Total pasivo + patrimonio	-\$ 70.365

Elaborado por: Daniela Serrano

5.7 EVALUACIÓN

La evaluación financiera permite establecer a través de indicadores de valoración del dinero en el tiempo, si la propuesta de crear una el Centro Integral de fiestas infantiles es factible desde el punto de vista de rentabilidad, para ello se muestra a continuación el flujo de

efectivo proyectado, a partir del cual se ha definido el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio – costo y el periodo de recuperación de la inversión.

5.7.1 Indicadores de rentabilidad del proyecto en el tiempo con financiamiento

El flujo de efectivo permite identificar el balance entre los ingresos y egresos del futuro Centro de fiestas infantiles, a partir de su construcción y aplicando las fórmulas establecidas por Ms Excel se obtiene los indicadores de rentabilidad.

Tabla 107. Flujo de efectivo o de fondos

	Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(=)	UTILIDAD NETA		\$ 14.171,30	\$ 20.155,87	\$ 29.208,01	\$ 40.017,92	\$ 51.434,53
(+)	Depreciaciones		\$ 3.364,14	\$ 3.364,14	\$ 3.364,14	\$ 2.401,58	\$ 2.401,58
(+)	Valor residual de los activos						\$ 7.724,00
(-)	INVERSIÓN	-\$ 70.362					
(-)	Activo Fijo	-\$ 31.402					
(-)	Capital de trabajo	-\$ 38.960					
(+)	CRÉDITO	\$ 27.920					
(-)	Amortización del crédito		-\$ 4.409,72	-\$ 4.931,39	-\$ 5.514,78	-\$ 6.167,17	-\$ 6.896,75
(+)	Recuperación de capital de trabajo						
(=)	FLUJO DE FONDOS	-\$ 42.442	\$ 13.125,73	\$ 18.588,62	\$ 27.057,38	\$ 36.252,33	\$ 54.663,36

Elaborado por: Daniela Serrano

Obtenidos los flujos de efectivo es fundamental definir el costo de oportunidad de la inversión, el mismo que representa el valor porcentual que el inversionista está dispuesto a sacrificar por tomar la decisión de invertir en el presente plan de negocios.

Tabla 108. Costo de oportunidad

TMAR Simple (Costo de Oportunidad)	
$i + f + i*f$	
inflación	1,59%
riesgo país	8,60%
TMAR simple=	10,33%

Elaborado por: Daniela Serrano

El costo de oportunidad relaciona el riesgo país y la tasa pasiva de interés vigente al mes de agosto de 2014 según el Banco Central del Ecuador, con lo que se obtiene una tasa del 10,33%. A partir de la obtención de este porcentaje se obtienen los indicadores financieros de la siguiente manera:

Tabla 109. Indicadores de rentabilidad en el tiempo

COSTO DE OPORTUNIDAD	10,92%
TIR	46,21%
VAN	\$ 60.823
COSTO / BENEFICIO	\$ 1,43

Elaborado por: Daniela Serrano

5.7.2 Periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación muestra el año en el que los inversionistas recuperarán al capital aportado para el negocio.

Tabla 110. Periodo de recuperación de la inversión

	CT	11%	
n	FNF	FNA	PRI
0		-\$ 42.441,90	-\$ 42.441,90
1	\$ 13.126	\$ 11.833,16	-\$ 30.608,74
2	\$ 18.589	\$ 15.107,83	-\$ 15.500,91
3	\$ 27.057	\$ 19.825,22	\$ 4.324,31
4	\$ 36.252	\$ 23.946,70	\$ 28.271,02
5	\$ 54.663	\$ 32.552,44	\$ 60.823,46
	Sumatoria	\$ 103.265,36	
	Inversión	-\$ 42.441,90	
	VAN	\$ 60.823,46	

Elaborado por: Daniela Serrano

El periodo de recuperación de la inversión realizada por los socios será al tercer año de operación del Centro Integral de fiestas infantiles.

5.7.3 Indicadores de rentabilidad del proyecto sin financiamiento

A continuación se presenta los indicadores de rentabilidad sin contar con financiamiento de una entidad bancaria, quedando de la siguiente manera:

Tabla 111. Flujo de fondos o efectivo

	Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(=)	UTILIDAD NETA		\$ 16.251,65	\$ 21.907,64	\$ 30.592,34	\$ 40.991,33	\$ 51.948,42
(+)	Depreciaciones		\$ 3.364,14	\$ 3.364,14	\$ 3.364,14	\$ 2.401,58	\$ 2.401,58
(+)	Valor residual de los activos						\$ 7.724,00
(-)	INVERSIÓN	-\$ 70.362					
(-)	Activo Fijo	-\$ 31.402					
(-)	Capital de trabajo	-\$ 38.960					
(+)	Recuperación de capital de trabajo						
(=)	FLUJO DE FONDOS	-\$ 70.362	\$ 19.615,79	\$ 25.271,78	\$ 33.956,48	\$ 43.392,91	\$ 62.073,99

Elaborado por: Daniela Serrano

A continuación se define el costo de oportunidad de la inversión presentado en valor porcentual que el inversionista está dispuesto a invertir en el presente proyecto.

Tabla 112. Costo de oportunidad

TMAR Simple (Costo de Oportunidad)	
$i + f + i*f$	
inflación	1,59%
riesgo país	8,60%
Tmar simple=	10,33%

Elaborado por: Daniela Serrano

El costo de oportunidad relaciona el riesgo país y la tasa pasiva de interés vigente al mes de agosto de 2014 según el Banco Central del Ecuador, con lo que se obtiene una tasa de 10,33. Con el cálculo de dicho porcentaje se obtiene los siguientes indicadores financieros:

Tabla 113. Indicadores de rentabilidad en el tiempo

COSTO DE OPORTUNIDAD	10,33%
TIR	34,87%
VAN	\$ 62.785
COSTO / BENEFICIO	\$ 0,89

Elaborado por: Daniela Serrano

5.7.4 Periodo de recuperación de la inversión si financiamiento

A continuación se muestra el tiempo en el que los inversionistas recuperan su inversión.

Tabla 114. Periodo de recuperación de la inversión

	CT	11%	
n	FNF	FNA	PRI
0		-\$ 42.443,78	-\$ 42.443,78
1	\$ 13.127	\$ 11.834,19	-\$ 30.609,59
2	\$ 19.292	\$ 15.679,44	-\$ 14.930,15
3	\$ 27.773	\$ 20.349,54	\$ 5.419,39
4	\$ 36.980	\$ 24.427,69	\$ 29.847,08
5	\$ 55.404	\$ 32.993,75	\$ 62.840,83
	Sumatoria	\$ 105.284,60	
	Inversión	-\$ 42.443,78	
	VAN	\$ 62.840,83	

Elaborado por: Daniela Serrano

Sin un plan de financiamiento el tiempo en que se recupera la inversión realizada es al cuarto año de operación.

5.8 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite analizar de manera clara y medir el riesgo que representa el invertir en cierto proyecto midiendo las ventajas y desventajas del mismo.

Tabla 115. Análisis de sensibilidad al ingreso

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD AL INGRESO					
Indicador / Variación	10%	5%	Normal	-5%	-10%
Costo de oportunidad	10,92%	10,92%	10,92%	10,92%	10,92%
TIR	74,7%	61,1%	47,2%	32,9%	17,99%
VAN	\$ 114.081,60	\$ 88.461,21	\$ 62.840,83	\$ 37.220,44	\$ 11.600,06
Relación Beneficio / Costo	2,69	2,08	1,48	0,88	0,27

Elaborado por: Daniela Serrano

Tabla 116. Análisis de sensibilidad al costo

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD AL COSTO					
Indicador / Variación	10%	5%	Normal	-5%	-10%
Costo de oportunidad	10,92%	10,92%	10,92%	10,92%	10,92%
TIR	33,0%	40,1%	47,2%	54,2%	61,15%
VAN	\$ 37.791,57	\$ 50.316,20	\$ 62.840,83	\$ 75.365,45	\$ 87.890,08
Relación Beneficio / Costo	0,89	1,19	1,48	1,78	2,07

El análisis de sensibilidad tiene como objetivo establecer el nivel de afectación de los indicadores de rentabilidad en el tiempo según las potenciales variaciones tanto en el ingreso como en los costos de producción.

Como se puede observar en la tabla de sensibilidad al ingreso, el proyecto se mantiene rentable inclusive en una potencial reducción de los ingresos en un 10%, a partir de este rango el proyecto se considera no factible. Por el contrario un incremento en los ingresos de hasta el 10% muestra un incremento en la Tasa interna de retorno de casi 30 puntos porcentuales.

El análisis también se aplicó al potencial incremento o reducción de los costos de producción, en el primer caso un incremento de hasta el 10% de los costos no afecta la rentabilidad del negocio mientras que una reducción en similar porcentaje muestra que el proyecto mantiene su rentabilidad y se considera factible.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- ✓ En base a los resultados de la investigación se estima una demanda de 27.894 eventos infantiles lo que equivale aproximadamente a \$14'811.714 anuales. Esto muestra la existencia de una demanda que se puede cubrir.
- ✓ La demanda insatisfecha es de 11.158 eventos anuales, ya que la oferta existente cubre con el 60% de demanda, teniendo como los principales competidores en el sector del Valle de los Chillos a Supercines, Climbing Park, Valle Aventura, Play zone, Ch. Farina, Pollo campero, Texas Chicken
- ✓ Se determinó que el 26% de la demanda está dispuesto a gastar más de \$300 en la realización de la fiesta de cumpleaños de sus hijos, de los cuales se pretende captar el 10% de la demanda insatisfecha.
- ✓ Lo días que prefieren realizar los eventos infantiles son los fines de semana en horas de la mañana y tarde.
- ✓ De acuerdo al estudio de mercado los aspectos más relevantes que las personas toman en cuenta al momento de elegir un lugar para realizar los eventos son: Personal competente, seguridad, buen ambiente, actividades ofrecidas y variedad en el menú.
- ✓ El estudio financiero realizado muestra que el proyecto es viable ya que obtuvo un Valor Presente Neto de \$60.823, una Tasa Interna de Retorno del 46,21%; que es mayor a la Tasa Mínima de Retorno Aceptable que es del 10.86%. En lo que se refiere a rentabilidad se tiene un margen de Utilidad Bruta en promedio de los 5 años de 43%.

- ✓ El escenario más óptimo para la realización de este proyecto es el que se lo realiza a través de financiamiento.
- ✓ Como conclusión general se puede decir que de acuerdo al desarrollo del Plande Negocios la creación de un Centro Integral de fiestas infantiles con varios ambientes en el sector del Valle de los Chillos, es una empresa es viable y factible de crear, desde el punto devista administrativo, operativo y financiero. Y desde el punto de vista mercadológico el presente proyecto satisface las necesidades y las expectativasdel mercado objetivo como para posicionarse a corto plazo como líder en este segmento.

6.2 RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se pueden hacer al presente proyecto para alcanzar un mejor desempeño son las siguientes:

- ✓ Para la aplicación y puesta en marcha el Centro Integral de fiestas infantiles con varios ambientes se recomienda aplicar la estructura operativa y administrativa propuesta en este plan de negocios para que opere eficiente y eficazmente.
- ✓ La innovación en la realización de fiestas infantiles es constante por lo que se recomienda estar siempre a la vanguardia de las novedades existentes en este mercado de tal manera que su existencia no pierda el valor agregado propuesto en este servicio diferenciado en la prestación del servicio de fiestas infantiles.
- ✓ La post venta del servicio no debe ser descuidada ya que esto permitirá conocer de primera mano la satisfacción del cliente, sus expectativas y nuevas ideas que pueda tener para un próximo evento.

BIBLIOGRAFIA:

1. AMSTRONG G. & KOTLER P., 2012 *Marketing*, México: Pearson Educación. Ed. 14.
2. AMSTRONG G. & KOTLER P., 2013 *Fundamentos de Marketing*, México: Pearson Educación. Ed. 11.
3. Carlos Fernández Isorid (2004), *Comportamientos Estratégicos*. Ediciones Díaz de Santos S.A: Madrid.
4. Daniel Martínez Pedros & Artemio Milla Gutiérrez (2012), *Análisis del Entorno*. Díaz de Santos: Madrid
5. Daniel Martínez Pedros & Artemio Milla Gutiérrez (2012), *Metas estratégicas*. Díaz de Santos: Madrid
6. Ediciones Díaz de Santos S.A. 1994, *El Plan de Negocios*. España: Juan Bravo, 3-A 28006.
7. Editorial Vértice (2008) *Dirección Estratégica*. España: Editorial VÉRTICE S.L.
8. Editorial Vértice (2009), *Plan de Negocio*. España: Editorial VÉRTICE S.L.
9. Enrique Zorita Lloreda (2015), *Plan de Negocio*. España: ESIC Editorial
10. Félix Velasco Álvaro (2007). *Aprender a elaborar un Plan de Negocio*. España: Paidós Ibérica S.A.
11. Fisher, L. (2013). *Mercadotecnia*. México: Prentice Hall.
12. Flores Uribe J.A., 2012 *Plan de Negocio para pequeñas empresas*, Bogotá: Ediciones de la U.
13. Harvard Business School Publishing Corporation (2007), *Crear un Plan de Negocios* Chile: Impact Media Comercial S.A (editado)
14. Juan Carlos Levia, compilador (2007), *Los emprendedores y la creación de empresas*. Costa Rica: Editorial Tecnológica.
15. Mariano Sánchez Martínez (2007), *La evaluación de los programas Intergeneracionales*, Imsero Universidad de Granada
16. Mora Zambrano Armando, 2010 *Matemáticas Financieras*, Bogotá: Alfaomega Colombiana. Ed.3
17. Naghi, M. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. México: Limusa.
18. Plan Nacional del Buen Vivir 2013 -2017, Objetivo No. 9
19. Prieto Sierra Carlos, 2014 *Emprendimiento, conceptos y plan de negocios*, Mexico: Pearson Educación.

20. Ramiro Canelos S., 2003 *Formulación y evaluación de un Plan de Negocios*, Quito: LERC Impresiones.
21. Roberto Dvoskin (2004), *Fundamentos de Marketing*. Ediciones Granica S.A: Buenos Aires
22. Sánchez, M. (2008). *Cuantificación de valor en la cadena de suministro extendida*. Madrid: Del Blanco.
23. Torres, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson Educación
24. White, S. (2007). *Mercadotecnia*. México: Prentice hall.
25. 50 MINUTOS.ES, (2016) *Marketing Mix: aumente sus ventas con los elementos claves del marketing*: 50 minutos.es

REFERENCIAS ELECTRONICAS

1. Ibarburo, Kaiser, Soto,&Valdivia . (2014). *Tendencias del nuevo consumidor*.
Recuperado de: <http://www.ideaswebperu.com/las-tendencias-del-nuevo-consumidor/>
2. Definición ABC. (2007-2016) Recuperado de:
<http://www.definicionabc.com/general/ambiente.php>
3. Tinet. *Costumbres nupciales, costumbres religiosas, saludos, tradiciones fúnebres*.
Recuperad de: http://usuaris.tinet.cat/vne/Costumbres_cumpleanos.htm
4. Vaca. (2013) Tesis *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa organizadora de eventos infantiles en la ciudad de Loja*. Recuperado de:
<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/531/1/Tesis%20Corregida.pdf>
5. El Comercio. 22 de abril 2015. *10 tipos de crédito están en vigencia en Ecuador*.<http://www.elcomercio.com/actualidad/nuevos-tipos-credito-vigentes-ecuador.html>
6. INEC. Marzo 2016 *Encuesta nacional de empleo, desempleo y sub empleo*.
Recuperado de: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf

7. Definición de estrategia. Recuperado de: <http://definicion.mx/estrategia/>
8. Perez&Gardey. (2014). *Definición de Marketing de servicio*. Recuperado de: <http://definicion.de/marketing-de-servicios/#ixzz4DpmDVdif9>.
9. Killah' Krew. Imagen recuperada de: <http://thekillahkrew.forumpro.fr/t98-x-box-et-pc-splat-magazine-renegade-paintball>
10. Imagen recuperada de: http://lara.quebarato.co.ve/iribarren/spa-de-ninas-spa-de-chicas-de-belleza-movil__AFE316.html
11. Imagen recuperada de: <http://www.transentreprise.com/offres/fiche/862H3105/Poitou-Charentes/Vienne/Pays-Chatelleraudais>
12. Raúl Pulido. Imagen de la cadena de valor de una empresa de servicios. Recuperado de: <http://www.raulpulidopinero.es/2016/04/cadena-valor-servicios.html>
13. Imagen recuperado de: http://www.peruyello.com/company/10111/Air_Hockey_Mesas_Boss_Entertainment_Juegos_de_Salon_Alquiler
14. Juegos hinchables para interior Imagen recuperado de: <http://spanish.alibaba.com/img/juegos-inchables-para-interior.-Lefunland-especialistas-en-areas-de-recreo-para-ni%C3%B1os-300006050154.html>
15. Mesa de dulce para niños imagen recuperado de: <https://www.pinterest.com/pin/549439223261742496/>
16. Recuperado de: <http://www.elcomercio.com/actualidad/puntos-seguros-albergues-chillos-cotopaxi.html>, El Comercio, 9 de septiembre 2015

ANEXOS

8.1 Anexo 1. Modelo de encuesta

ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene como finalidad conocer las preferencias y necesidades al momento de organizar Fiestas Infantiles.

14. ¿Con que frecuencia realiza fiestas o eventos para festejar el cumpleaños de sus hijos?

Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Nunca (Fin de la encuesta)	

15. ¿En qué lugar prefiere realizar este tipo de eventos?

Domicilio (Pasar pregunta No. 3)	
Local alquilado (Pasar pregunta No.4)	
Casa de familiares (Pasar pregunta No. 3)	
Lugares públicos (Pasar pregunta No. 3)	
Escuela (Pasar pregunta No. 3)	

16. ¿Por qué no son de su preferencia los locales alquilados, enumere de 1 a 3 razones

Es impersonal (Fin de la encuesta)	
Precio(Fin de la encuesta)	
No ofrecen menús atractivos(Pasar pregunta No. 3)	
No le agrada los entretenimientos(Pasar pregunta No. 3)	
El límite en el horario(Pasar pregunta No. 3)	
Ubicación(Pasar pregunta No. 3)	
Atención y servicio(Pasar pregunta No. 3)	

17. Siendo 4 la opción más importante y 1 la de menos importancia califique los aspectos que considera importante para seleccionar un local para la realización de la fiesta infantil de su hijo

	1	2	3	4
Ubicación				
Precios				
Ambiente				
Entretenimiento				
Atención y servicio				
Variedad y menú				
Horario sin límites				
Capacidad del lugar				

18. ¿Qué día realiza el evento de celebración de cumpleaños de su hijo?

El mismo día de cumpleaños	
Fines de semana	

19. ¿En qué horario prefiere realizarlo?

En la mañana	
En la tarde	
En la noche	

20. ¿Qué tipo de fiestas infantiles prefiere?

Temáticas	
Deportivas	
En la noche	

En relación al último cumpleaños que realizó

21. ¿Cuánto invirtió en total para este evento?

De 50 a 100 dólares	
De 101 a 200 dólares	
De 201 a 300 dólares	
Más de 300 dólares	

22. ¿Cuánto tiempo le tomó organizar la fiesta?

1 Semana	
2 semanas	

3 Semanas	
4 Semanas	
Más de 4 semanas	

23. ¿Cómo encontró el salón o los implementos necesarios para realizar la fiesta?

Recomendación de una amiga	
Recomendación de una madre del colegio	
Búsqueda por internet	
Búsqueda por revistas	
Por publicidad en la calle	
Por recorrer salones	

24. ¿Si existiere un local especializado en la realización de fiesta infantiles que oferte servicios integrales desde la organización, animación, alimentación y transporte de los niños, Usted lo contrataría?

Si	
No (Fin de la encuesta)	

25. Siendo 4 la opción más importante y 1 la de menos importancia que aspectos tomaría en consideración para contratar los servicios de la nueva empresa.

	1	2	3	4
Ubicación				
Precios				
Ambientes				
Actividades ofrecidas				
Transporte				
Variedad y menú				
Personal competente				
Seguridad				
Capacidad del lugar				

26. ¿Por qué medio le gustaría enterarse de la oferta de este Centro Integral de Organización de fiestas infantiles?

Prensa	
Radio	
Televisión	
Internet	
Redes Sociales	
Otros ¿Cuáles? _____	

B. Datos Informativos

Indique el número de niños que tiene según su rango de edad

De 0 a 3 años	
De 3 a 6 años	
De 6 a 9 años	
De 9 a 12 años	

Seleccione su rango de ingreso mensual

Menos de 366 dólares	
De 366 a 500 dólares	
De 501 a 1000 dólares	
De 1001 a 1500 dólares	
Más de 1500 dólares	

Seleccione su ocupación

Ama de casa	
Empleado público	
Empleado privado	
Empresario / Negociante	
Estudiante	

8.2 Realización de encuestas





8.3 Planes de la competencia



PLAN IDEAL

- Mínimo 30 niños
- 3 HORAS DE DURACIÓN**
- 30 Hot Dogs
- 30 Vaso de Cola
- 15 vaso de Cola para padres
- 15 Hot Dogs para padres
- 30 Platos de color
- 30 Vasos de color
- 30 Invitaciones
- Animación
- 6 premios sorpresa
- Manteles de color
- 1 Pastel con el diseño de la fiesta
- 1 Paquete de servilletas
- 1 Paquete de cucharitas
- Decoración
- PARA LA MESA:**
- Papitas, Tostitos, Galletas, Marshmelous y más....
- VALOR \$505**
- DINERS CLUB 3 MESES SIN INTERES**
- DESCUENTO EFECTIVO \$475**

SUPER PLAN

- Mínimo 20 niños
- 3 HORAS DE DURACIÓN**
- 20 Granizados
- 20 Pizzas
- 20 vasos de Cola para Niños
- 25 Pizzas para padres
- 25 Vasos de Colas para Padres
- 20 vasos con el diseño de la fiesta
- 20 platos con el diseño de la fiesta
- 25 Invitaciones
- Animación
- 5 Premios Sorpresas
- Mantel con el diseño de la fiesta
- 1 Piñata con el diseño de la fiesta
- 1 Pastel con el diseño de la fiesta
- 1 Paquete de servilletas blancas
- 30 Algodones de azúcar
- Decoración Especial con Globos
- PARA LA MESA:**
- Papitas, Tostitos, Galletas, Masmelous y más...
- VALOR 595 \$ DINERS CLUB 3 MESES SIN INTERES**
- DESCUENTO EFECTIVO 560\$**

PLAN BASICO

- PLAN BASICO**
- 3 HORAS DE DURACIÓN**
- Mínimo 20 niños
- 1 Hot Dog
- 1 vaso de Cola
- 20 Platos blancos
- 20 Vasos blancos
- 1 Pastel con diseño a elección
- Picaditas para la mesa
- VALOR \$9.99 POR NIÑO**
- De lunes a viernes

Mínimo 30 niños
3 HORAS DE DURACIÓN
30 Granizados
30 Pizzas
30 vasos de Cola para Niños
15 Pizzas para padres
15 Vasos de Colas para Padres
30 vasos con el diseño de la fiesta
30 platos con el diseño de la fiesta
30 Invitaciones
Animación
6 Premios Sorpresas
Mantel con el diseño de la fiesta
1 Piñata con el diseño de la fiesta
1 Pastel con el diseño de la fiesta
1 Paquete de servilletas blancas
30 sorpresas
Decoración Especial con Globos
PARA LA MESA:
Papitas, Tostitos, Galletas, Masmelous y más...

PLAN GENIAL

-20%
Descuento
TODOS LOS PLANES

VALOR \$643 DINERS CLUB 3 MESES SIN INTERES
DESCUENTO EFECTIVO \$605

PLAN VIP

3 HORAS DE DURACIÓN
40 Ice Balls
40 Hot Dog, Mini hamburguesas o Pizzas
40 vasos con el diseño de la fiesta
40 platos con el diseño de la fiesta
40 Invitaciones
20 Pinchos para padres
20 cervezas para padres
Colas Ilimitadas
Animación
10 Premios Sorpresas
Mantel con el diseño de la fiesta
1 Piñata con el diseño de la fiesta para niños
1 Piñata con el diseño de la fiesta para niñas
1 Pastel con el diseño de la fiesta
1 Paquete de servilletas del color de la fiesta
Decoración Especial con Globos al aire libre bajo carpas.
Mesas y sillas VIP para padres

PARA LA MESA:
Papitas, Tostitos, Galletas, Masmelows y más...

VALOR \$ 956 DINERS CLUB 3 MESES SIN INTERES
DESCUENTO EFECTIVO \$ 865



WWW.CLIMBINGPARK.ORG

San Juan de Dios S4-64 Sector Playa Chica San Rafael

022 375 654 / 022 866 637

8.4 Competencia 2

OPCION 3 3 horas de diversión	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de las instalaciones por el tiempo establecido • Decoración del lugar con globos según la temática • Decoración de la mesa principal: mantel, sobre mantel, carameleras de la temática en fomix • Sillas para niños y adultos • Cotillón: vasos, platos, servilletas del color o temática de la fiesta • Bebidas ilimitadas para alrededor 20 niños y 20 adultos • Snacks: papas, cueritos, queso, salchicha, gelatinas, mashmellows, ronditos, galletitas con atún. • Saltarín pequeño de 3.50 x 4.00 metros con tobogán. • 20 sorpresas rellenas de cartón con personaje de la temática • 1 piñata grande de cartón, rellena con golosinas y juguetes, con fundas para recoger • Pastel de 30 porciones en fondan con el personaje de la fiesta sabor: vainilla, naranja con relleno de mermelada de mora, durazno o manjar; chocolate o vainilla y chocolate. • Máquina de canguil x 2 horas ilimitado. • 20 hotdogs pequeños con salsas, papitas y vaso de cola 	400.00
ADICIONALES		
Según el número de sus invitados le ofrecemos adicional:		
Máquina de algodón de azúcar x 2 horas		50.00
Hot dog pequeño adicional		1.30
Hot dog grande adicional		1.75
Sorpresa adicional		1.80
Si desea un saltarín más grande tiene un valor adicional de 40.00		
OPCION 1 3 horas de diversión	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de las instalaciones por el tiempo establecido • Decoración del lugar con globos según la temática • Decoración de la mesa principal: mantel, sobre mantel, carameleras de la temática en fomix • Sillas para niños y adultos • Cotillón: vasos, platos, servilletas del color o temática de la fiesta • Bebidas ilimitadas para alrededor 20 niños y 20 adultos • Snacks: papas, cueritos, queso, salchicha, gelatinas, mashmellows, ronditos, galletitas con atún. • Saltarín pequeño de 3.50 x 4.00 metros con tobogán. • 20 sorpresas rellenas de cartón con personaje de la temática • 1 piñata grande de cartón, rellena con golosinas y juguetes, con fundas para recoger • Máquina de canguil x 1 hora ilimitado 	300.00
OPCION 2 3 horas de diversión	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de las instalaciones por el tiempo establecido • Decoración del lugar con globos según la temática • Decoración de la mesa principal: mantel, sobre mantel, carameleras de la temática en fomix • Sillas para niños y adultos • Cotillón: vasos, platos, servilletas del color o temática de la fiesta • Bebidas ilimitadas para alrededor 20 niños y 20 adultos • Snacks: papas, cueritos, queso, salchicha, gelatinas, mashmellows, ronditos, galletitas con atún. • Saltarín pequeño de 3.50 x 4.00 metros con tobogán. • 20 sorpresas rellenas de cartón con personaje de la temática • 1 piñata grande de cartón, rellena con golosinas y juguetes, con fundas para recoger • Pastel de 30 porciones en fondan con el personaje de la fiesta sabor: vainilla, naranja con relleno de mermelada de mora, durazno o manjar; chocolate o vainilla y chocolate. • Máquina de canguil x 2 horas ilimitado. 	375.00