



**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
EXAMEN COMPLEXIVO: COMPONENTE PRACTICO**

**LA IMPORTANCIA DEL MARKETING EN LA CAPTACION DE CLIENTES
PARA EVENTOS INFANTILES EN GUAYAQUIL**

RAQUEL ELIANA CAMPAÑA CARDENAS

UTE A-2016



**UNIVERSIDAD CATOLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING**

CERTIFICACION

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Raquel Eliana Campaña Cárdenas, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing

TUTOR (A)

Ing. María Soledad Rea

DIRECTOR DE LA CARRERA

Leda. Patricia Dolores Torres Fuentes, Mgs.

Guayaquil, a los 26 del mes de febrero del año 2016



**UNIVERSIDAD CATOLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING**

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

Yo, Raquel Eliana Campaña Cárdenas

DECLARO QUE:

El componente práctico del examen Complexivo: La Importancia del Marketing en la Captación de Clientes para Eventos Infantiles en Guayaquil previa a la obtención del título de Ingeniera en Marketing ha sido desarrollado en base a una investigación, respetando derechos intelectuales de terceros conforme la cita correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del componente practico del Examen Complexivo referido.

Guayaquil, a los 26 del mes de febrero del año 2016

EL AUTOR (A)

Raquel Eliana Campaña Cárdenas



**UNIVERSIDAD CATOLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING**

AUTORIZACION

Yo, Raquel Eliana Campaña Cárdenas

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del componente práctico del examen complejo: La Importancia del Marketing en la Captación de Clientes para la ciudad de Guayaquil, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad.

Guayaquil, a los 26 del mes de febrero del año 2016

EL (LA) AUTOR (RA)

Raquel Eliana Campaña Cárdenas

AGRADECIMIENTO

A mis padres por todo su amor y enseñanza principalmente de los principios y valores pilares fundamentales para la consecución de este logro. A mis profesores y a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, por ser la institución que me recibió y forjó de todas las enseñanzas que hoy puedo gozar y aplicarlas en mi vida profesional.

Raquel Eliana Campaña Cárdenas

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mi hijo Joaquín Alejandro y a mi esposo Víctor Alejandro quienes han sido mi motivación e impulso para comenzar este arduo trabajo de obtener una carrera universitaria.

Raquel Eliana Campaña Cárdenas

TRIBUNAL DE SUSTENTACION

PROFESOR GUIA O TUTOR

PROFESOR DELEGADO

INDICE GENERAL

Certificación	II
Declaración de responsabilidad	III
Autorización	IV
Agradecimiento	V
Dedicatoria	VI
Tribunal de sustentación	VII
Índice General	VIII
Índice de Gráficos	X
Resumen	XI
Titulo	1
Capítulo 1	2
1 Introduccion	
1.1 La importancia de una agencia organizadora de eventos	
1.2 Tipo de fiestas infantiles	3
1.3 Temática de fiestas infantiles	6
1.4 Moda	8
Capitulo 2	9
2. Desarrollo	
2.2 Objetivos	9
2.2.1 Objetivos Generales	9
2.2.2 Objetivos Especificos	9
Capítulo 3.	9
3. Investigación de Mercado	
3.1 Concepto	9
3.2 Población Objetivo	15
Capítulo 4.	19
4. Plan de Marketing	19
4.1 Promoción y Publicidad	19
4.2 Plan de Comunicación	21
4.3 Estrategias	21
4.4 Formulario de Encuesta	23
Conclusiones	30
Bibliografía	31

INDICE DE GRAFICOS

Tabla 1.- Porcentaje de la encuesta por sexo	25
Tabla 2.- Porcentaje de personas que les gusto realizar fiestas infantiles	26
Tabla 3.- Porcentaje de edad en que se le realizan con más frecuencia fiestas a los niños	27
Tabla 4.- Atributos de los servicios de eventos temáticos	28
Tabla 5.- Que lugar se prefiere escoger para hacer la fiesta infantil.	29
Tabla 6.- Medios de comunicación por la cual son más vistas las publicidades de este tipo de eventos	30

RESUMEN

Hoy en día el solicitar servicios de organización de eventos infantiles está en aumento, en este ensayo nos enfocaremos y analizaremos la importancia que tiene una agencia organizadora de fiestas infantiles, que promoción y publicidad se utilizan para captar clientes que requieran los servicios de organización de eventos infantiles, temática de fiestas y catering. Es por eso que es interesante y a la vez importante saber que tanto es el interés y la necesidad que el consumidor tiene para llegar a contratar los servicios en la ciudad de Guayaquil. Esta investigación se la hace mediante la toma de una muestra y desarrollo de un pequeño cuestionario o formulario de entrevista para el levantamiento de información y posterior a esto demostrar si Guayaquil es un punto focal para el consumo de servicios de organización de eventos infantiles, luego verificar la factibilidad de establecer convenios con los locales existentes para una optimización en la calidad de servicio y definir qué tipo de publicidad se puede implementar.

Palabras claves: Eventos infantiles, Temáticas, Publicidad, Promoción, Marketing de eventos, investigación.

ABSTRACT

Today the requested service event planning for children is increasing, in this essay we will focus and discuss the importance of an agency organizing children's parties, to advertising and promotion will be used to attract customers who require the services of organizing events children, themed parties and catering. That's why it is interesting and also important to know that both the interest and the need for the consumer to get to hire the services in the city of Guayaquil. This is the research done by taking a sample and developing a small questionnaire or interview form for gathering information and after that will demonstrate whether Guayaquil is a focal point for the consumption of services organizing children's events, then verify the feasibility of establishing agreements with existing local optimization for service quality and define what kind of advertising can be implemented.

Keywords: Children Events, Theme, advertising, promotion, event marketing, research.

LA IMPORTANCIA DEL MARKETING EN LA CAPTACION DE CLIENTES PARA EVENTOS INFANTILES EN GUAYAQUIL

CAPITULO 1

1. INTRODUCCION

La importancia del marketing en la captación de clientes para eventos infantiles en Guayaquil es un punto importante debido a la tendencia que se está dando en las fiestas infantiles y el gran mercado de padres en busca de la compra de estos servicios para realizar el evento.

Además nos enfocaremos en analizar qué estrategia de publicidad se debe implementar, al mismo tiempo definir los servicios que el cliente requiere para hacer uso de la opción de compra. En estos tiempos es complicado saber el gusto del cliente por lo que existen infinidad de variedades en temáticas. Por lo general se busca lo que este en tendencia, pero algunos clientes suelen ser más clásicos a la hora de elegir el servicio.

Para esto se considerará el nicho de mercado de niños con rango de edad de 1 a 10 años, considerando los jardines, escuelas, empresas privadas y ciudadelas o urbanizaciones como lugares para estudio. Para ofrecer servicios de: Animación Infantil, Decoración de la fiesta, Caritas pintadas, Personajes temáticos para servicios personalizados como la entrega de invitaciones a domicilio, Catering del evento, Diseño e impresión de la tarjeta de invitación, servicios de fotografía, inflables, etc.

1.1 La importancia que tiene una agencia organizadora de eventos infantiles

Musumeci & Bonina (2004). En efecto, la organización de eventos es una compleja maraña de servicios entrelazados e interrelacionados que buscan conformar un todo final: el evento, exposición, feria o encuentro.

En los tiempos actuales la organización de un evento infantil es una elaboración compleja, por la cual se le tiene que dedicar tiempo, tener habilidades y creatividad para realizar este tipo de eventos. Además de esto se debe contar con experiencia en la organización de la temática para que esta sea de buena calidad y sean acorde a la tendencia de decoración que

este en el momento, excelentes proveedores, profesionales en diseño y un staff de animadoras.

Una agencia organizadora de eventos infantiles es un equipo profesional y con experiencia en el tema, por la cual los padres de familia o tutor del niño prefieren evitar contratiempos y contratar expertos que hagan todo el evento.



Elaborado por: Autor

1.2 Tipos de Fiestas infantiles

Gracias a esta oferta es que en estos días los padres andan a la búsqueda de la fiesta más original que puedan brindarle a sus hijos. En la actualidad se cuenta con una enorme variedad de fiestas personalizadas de las cuales se pueden resaltar:

- Fiestas temáticas con show de Magia:

Este tipo de espectáculo es uno de los pioneros en el mundo de las fiestas infantiles, debido a que los trucos de magia han despertado el interés por parte de los niños desde tiempos remotos. *"La realización de estos shows continúan siendo una de las más costosas en el mercado, ya que bordean los 300 dólares."*

- Fiestas con show teatral y musical:

En este formato de fiesta, el equipo de animación está encargado de realizar una pequeña obra teatral, donde normalmente se escenifica un cuento clásico, (como Blanca nieves o Los tres chanchitos). Este tipo de show teatral tiene bastante aceptación por parte de los niños más pequeños que aún requieren de mucha supervisión adulta y no se encuentran capacitados para realizar muchas actividades físicas las cuales requieran de mayor tamaño y fuerza.

- Talleres de Manualidades:

En los últimos años mayor número de padres están aceptando estos formatos de reuniones, puesto que genera en los niños un incentivo al arte, menos actividad motora gruesa (correr, saltar) y un menor presupuesto ya que las manualidades realizadas por los niños pueden ser llevadas como recuerdo y a la vez como sorpresa de cumpleaños.

Estos talleres promueven la capacidad de creatividad y desarrollo de aprendizaje, que puede ser beneficioso tanto como para su desempeño personal como para su desempeño escolar.

- Fiestas con pasarela y mini Spa:

Especialmente dedicados al sector de niñas, en donde un grupo de animadoras que organizan preparan tanto a la cumpleañera como a las invitadas con todo lo necesarios para que puedan realizar un desfile de moda. Todas pasan por una sesión de maquillaje, peinado y manicure, para luego concursar y ganar premios

Estas mini pasarelas bordean el costo de 250 dólares muy aparte del servicio de uñas, maquillaje y peinado que conformar un promedio de 15 dólares por niña.

- Fiestas al aire libre:

Están muy de moda ya que hoy en día los padres optan por alquilar locales en club o centros recreativos, en estas fiestas son indispensables el alquiler de juegos inflables los cuales están en un aproximado de 100 dólares dependiendo del tamaño del inflable.

- Fiestas en los "Fast Food"

Por otro lado tenemos las ya muy conocidas fiestas en los restaurantes de comida rápida, los cuales ofrecen variados paquetes según las posibilidades económicas de los padres. Este tipo de eventos fue uno de los primeros en romper los esquemas de las fiestas tradicionales en los hogares ya que aparecieron en Ecuador hace 15 años atrás, tomando los modelos de Estados Unidos. Estos paquetes de cumpleaños liberan a los padres de buscar distintos tipos de elementos para la organización de la fiesta puesto que cuentan con la animación hasta los alimentos y la torta con solo un único pago. Entre estas empresas, encontramos que las que más resaltan en la elaboración de estas fiestas infantiles son, "Mc Donald", "Wendy", KFC y "Burger King".

1.3 Temática de fiestas infantiles

La temática se relaciona con el tema ya que es de alguna manera u otra también un tema específico sobre lo que algo o alguien se basa exclusivamente, no dando lugar a otros posibles temas o temáticas.



Elaborado por: Autor

En los tiempos actuales una fiesta de cumpleaños es más elaborada al momento de realizarla, por lo que está de moda hacerla de diferentes temáticas y hay variedad de opciones en el mercado, es cuestión de creatividad, tiempo y recursos. Por lo general una fiesta temática se caracteriza por que la decoración, la ambientación, la animación, las piñatas, el pastel, vasos, servilletas y todo lo demás vaya acorde a un tema específico. También se puede incluir en las invitaciones el tema de la fiesta (por ejemplo, una fiesta cuya temática sea de las princesas, súper héroes, hawaiana).



Elaborado por: Autor

1.4 Moda

Es impresionante ver como cada mes las empresas de fiestas infantiles ofrecen nuevos shows con personajes de la televisión

Un punto importante a resaltar en la influencia de la moda, la cual constituye un mecanismo para acelerar la comercialización de los diversos productos que aparecen en el mercado.

Uno de los principales factores que influyen en la moda y estilos de estas fiestas infantiles, es la televisión por cable, gracias a esta los niños tienen conocimiento de las nuevas tendencias, programas y personajes con los cuales pueden escoger para temática de sus fiestas. Se entiende que los medios también apoyan enormemente a la difusión de la moda en este sector.

Podemos entender como moda a un sistema periódico de introducción de cambios de estilo de vida de los individuos. Aunque ha sido un mecanismo activo en las distintas épocas que ha vivido la humanidad, su apogeo se encuentra en éste siglo con el desarrollo de los medios de comunicación y la globalización. Esta moda establece ciclos muy cortos –que pueden durar apenas meses- y logra afectar a todos los factores de la vida: vestido, decoración, urbanismo, arquitectura, consumo cultural y hasta relaciones humanas.

La moda presenta dos factores importantes que cumplen las exigencias de la sociedad de consumo. Por una parte, la moda alimenta el ansia de distinguirse y destacarse sobre la masa, salirse de ella para ser admirado y envidiado; es la satisfacción de personas que se auto valoran por lo que tiene, no por lo que son y cree acrecentar y desarrollar su personalidad, añadiéndose cosas, cuanto más valiosas mejor. El éxito consiste en poseer cosas en exclusiva o en anticiparse a la moda por estar situado dentro del círculo de líderes e innovadores.

Esto se logra luego de una investigación del propio consumidor, Maria Solé Moro cita en su libro *"los consumidores del siglo XXI que Para llevar a cabo el estudio del comportamiento del consumidos se deben delimitar cuales son los aspectos y dimensiones relevantes, fundamentalmente cuan es el proceso de decisión de compra de un producto o servicio y las fases,*

que se siguen desde que surge la necesidad hasta el momento posterior al acto de compra, en el que surgen las sensaciones de satisfacción o insatisfacción"

Empleando estos conceptos podemos decir que las fiestas infantiles cambian constantemente los temas a realizar en sus fiestas infantiles según la moda que aparezca (mayormente en la televisión)

CAPITULO 2

2DESARROLLO

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo General

- Analizar cuál es la importancia de implementar el Marketing en los eventos infantiles para captar clientes.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Conocer las preferencias del consumidor en cuanto a la temática de las fiestas infantiles.
- Conocer qué tipo de consumidor es el que más invierte en este tipo de eventos.
- Proponer un medio de publicidad para impulsar la venta de los servicios infantiles y una promoción para poder captar y fidelizar clientes.

CAPITULO 3.

3. Investigación de mercado.

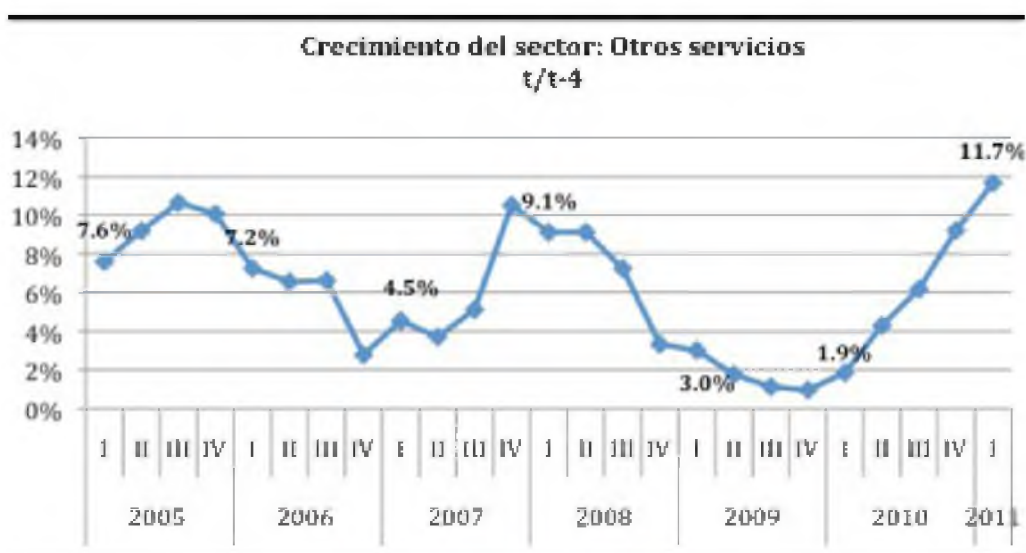
3.1 Concepto

(Philip Kotler 2002), define la **investigación de mercados** como "*el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y*

descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa"

Se hizo un estudio exploratorio de la industria de servicios de organizaciones infantiles en Guayaquil. Para obtener información del tema procedió a realizar visitas a los locales que ofrecían este tipo de servicios y se buscó información en internet

A continuación se expone el gráfico representativo en relación al crecimiento económico del país frente al período comprendido entre los años 2005 - 2011 en el sector de los servicios descrito por el MCPEC: FIGURA 3.1 Crecimiento del sector de servicios. Año 2005 – 2011



Fuente: MCPEC (2011)

Fuente: MCPEC (2011) 23 En el 2012

Igualmente colocan a los servicios como parte importante de la economía nacional, tal como lo describe Diario El Telégrafo (2012): "La construcción, con un incremento del 3,4%, los servicios con el 2,4% y las industrias manufactureras con el 1,5% son las actividades que lideran la economía." Según datos del Banco Central del Ecuador, la industria de Servicios disminuirá su crecimiento de 6,5% del 2012 a 4,1% en el 2013

Susana Morán, residente de Entre Ríos, empezó a organizar la fiesta de su hija Annie desde hace seis meses, "cual matrimonio", dice riendo.

Cuenta que ella se dedicó a hacer toda la decoración de la mesa principal y la de invitados, además de las sorpresas.

“Como madre primeriza vi todos los lugares de fiestas para ver cuál me convenía”. Al final escogió Rinconcito (km 4,5). Aquí se alquilan las instalaciones de viernes a domingo e incluye mesas y sillas para unos 150 invitados. Tiene dos espacios al aire libre con juegos infantiles, el costo es \$ 220.

Susana escogió a la Campanita como temática. Annie recibió a sus invitados disfrazada de hada. Ella dice que “tratando de abaratar las cosas, en vez de contratar las carretillas de hot dog, nosotros hicimos la comida”. Lo único que contrató fue el salta-salta, de Piruetas (km 4,5), y una carretilla de crêpes, este último, regalo de su suegra. La animación la hizo un familiar de su esposo. En total gastó \$ 500.

Frente al Rinconcito, está River Park. Nathalia Galarza festejó el cumpleaños de su hijo, Holbach, quien el jueves 22 cumplió 5 años. Ella gastó \$ 1.300 para 42 invitados. Pues, el mínimo de invitados es de 20. La celebración puede durar máximo cuatro horas.

El paquete cuesta \$ 15,57 por persona, esto incluye un brazalete para jugar en las 17 distracciones del parque, como juegos mecánicos, jumping y fórmula karts (carreras de autos). También seis fichas para videojuegos, un vaso de cola, canguil y hot dog.

Hay tres salones y “no significa que se cierra el parque por la fiesta”, explica Gardenia de Navas, gerenta administrativa. Solo la decoración del lugar y las invitaciones van por cuenta del establecimiento, el cliente elige el tema.

Nathalia eligió a Mario Bros como el muñeco de la fiesta. “Todo contraté en Piruetas para estar más tranquila”. Esta vez la celebración fue más sencilla que la del primer año, que costó cerca de \$ 4.000.

Lo ideal es hacer la reservación con un mes y medio de anticipación. Excepto en diciembre, con tres meses. Se puede comprar un álbum de cumpleaños, con fotos impresas en papel cuché, por \$ 36.

Entre los locales que arman toda la fiesta, en su propio domicilio están Party Xpress (km 2, junto a La Finta) y Play&Jump (Rancho Vevenita, km 3,5).

Los valores varían de acuerdo al tipo de fiesta. En el primero, el combo básico va desde \$ 280. Incluye piscina de pelotas, salta-salta, máquinas de canguil, carpas, columpio, entre otras cosas. “De repente la mamá quiere algo sencillo”, dice una de las trabajadoras, Verónica Murrieta.

El más caro es de \$ 770. El mínimo de niños es de 20, “pero hemos tenido hasta 120 niños y eventos súper grandes de \$ 5.000”, cuenta.

Al mes tienen alrededor de 25 fiestas, sin contar las que tiene afuera del local, en los parques de las ciudadelas o en las residencias.

Cecilia González contrató a Play&Jump para celebrar el primer año de José Arias, su primogénito. Los escogió porque le llamó la atención el tipo de juegos inflables que ofrecen y los animadores, llamados party pals. “Es diferente, no el típico payaso, son chicos que hacen animaciones temáticas, de chefs, piratas y esas cosas”, refiere.

El cumpleaños será en octubre, pero desde julio empezó a cotizar y hacer compras. Menaje para 30 niños y 50 adultos, animación, una máquina de canguil y otra de churros, caja para regalos y un juego inflable fue lo que alquiló (\$ 600). Juguetes, las sorpresas, caramelos y chocolates los trajo de EE.UU., la decoración, la torta y los bocaditos los hará ella.

Jéssica Villacís celebró el viernes 23 el cumpleaños de su hija Camila, con el tema de Campanita en Peques, el nuevo local para fiestas infantiles del Club Diana Quintana (km 2,5).

El sitio cuenta con cinco estaciones, en donde los niños pueden decidir dónde jugar. Hay una estación para chefs, donde preparan bocadillos como pizzas y galletas. La segunda, se comparte entre el arte y la tecnología, hay computadoras con juegos de video y una mesa para los pequeños artistas.

La siguiente estación es para quienes tienen vocación para salvar vidas. Juegan con una ambulancia, muñecos y estetoscopios. Por último, está la sección de peluquería y estación de pasarela para las niñas con cualidades de modelo. “Escogí este lugar porque ellos se encargan de todo el evento, es con personas especializadas en trato con niños, y es una ayuda porque uno está más tranquilo”, dice.

La torta, los bocaditos y las sorpresas los compró. En total pagó cerca de \$ 1.000 en 40 invitados.

En Gymboree (km 2,5 Plaza Nova) son especialistas en armar fiestas para niños de hasta 5 años. “Puede ser de cualquier tema o del payasito Gympo (muñeco del local)”, cuenta una de las socias, Ágatha Guerrero. Pueden invitar hasta 40 niños y los padres solo se preocupan por ir como invitados. “Nosotros nos encargamos de todo”, menciona Ágatha.

Para miembros de Gymboree el costo es de \$ 440 y para los que no, 480. El primero incluye animación. “La fiesta es animada de acuerdo al tema”, refiere. Lo original de la matiné es estar sin zapatos para realizar más cómodos las actividades.

En Tierra Diversión (km 2,5, junto a La Parrilla del Ñato) se pueden contratar paquetes para 30 o 60 niños, con un costo de \$ 700 y \$ 1.097,60 respectivamente. “Si el grupo es mayor, se ofrecen precios especiales”, acota la administradora, Johanna Aguilar.

Los niños permanecen durante tres horas festejando en las máquinas de juegos como los carruseles y carros chocones, aptos para edades de 1 a 10 años. Como servicios adicionales están las carretas de chuzos, algodones con azúcar, granizados y canguil.

Detalles

Los personajes de moda por impacto del cine, los preferidos de los varones son Los Pitufos y Cars 2. Además, el Hombre Araña, Batman, Superman y Hulk.

Las niñas son fieles a los cuentos de hadas. La más pedida es Rapunzel. También Pucca y el hada de Peter Pan, Campanita.

Edades las temáticas van acorde a la edad. Hay chicos de 10 y 12 años que hacen sus propios motivos, como de Barcelona y Emelec.

2 Mil dólares es el gasto promedio en una fiesta infantil, incluyendo el espacio, servicios y comida.

7 Lugares para eventos de cumpleaños hay en el sector.

30 Fiestas al mes se realizan en zaborondón.

Según Annabelle Estefanía Figueroa Lizarzaburu (2013) investigo que los principales competidores que se desenvuelven en este mercado son: Play & Jump, Party Planners (Organizadores de eventos), Party Express y Grupo Deller.

Según un artículo publicado por Diario El Universo, USD\$ 2.0001 es el gasto promedio en una fiesta infantil para el estrato social A, compuesto por 5.339 familias.

El mercado potencial representa USD\$ 10.678.108,80.

El 53% de los encuestados muestra interés en el servicio de personalización de su evento; obteniendo con este dato una demanda potencial de USD\$ 5.659.397,66.

El 47% de los clientes potenciales consideran que la decoración del evento es el factor más importante.

El mercado objetivo de esta industria busca una experiencia de exclusividad, status y creatividad en la gestión del servicio.

Existen alrededor de 15 competidores en el sector que brindan un servicio de organización de eventos infantiles; cada uno de ellos enmarcado en su principal línea de negocio. Por ejemplo: Mc Donald's que realiza el evento en sus instalaciones, con la venta de su línea infantil: Cajita Feliz.

Las ventas totales del sector; de acuerdo a la investigación exploratoria de la competencia, se estiman en USD \$ 5.314.800,00. A

continuación se detalla un cuadro con información al respecto:

Empresa	Locales	Costo promedio de cumpleaños	Fiestas infantiles / mes	Ventas/mes	Ventas Anuales	Market Share
Play & Jump (Rancho Vevenita Km 3,5 - Urdesa)	2,00	2.500,00	16,00	\$80.000,00	\$960.000,00	18%
Party Express (Km 2, junto a La Finta)	1,00	3.000,00	14,00	\$42.000,00	\$504.000,00	9%
Grupo Deller Play Zone (Ceibos - San Marino - Entre Ríos) Cosmic Bowling (San Marino)	4,00	850,00	16,00	\$54.400,00	\$652.800,00	12%
Piruetas (Km4,5 Vía a Samborondón - Los Ceibos)	2,00	1.250,00	12,00	\$30.000,00	\$360.000,00	7%
Organizadores de Eventos*	10,00	2.500,00	4,00	\$100.000,00	\$1.200.000,00	23%
River Park	1,00	1.400,00	16,00	\$22.400,00	\$268.800,00	5%
Tierra Diversión (Km2,5 Vía a Samborondón)	1,00	1.250,00	12,00	\$15.000,00	\$180.000,00	3%
Peques - Club Diana Quintana (Km2,5 Vía a Samborondón)	1,00	1.250,00	12,00	\$15.000,00	\$180.000,00	3%
Rinconcito (Km 4,5 Vía a Samborondón)	1,00	950,00	12,00	\$11.400,00	\$136.800,00	3%
Gymboree - Km 2,5 Plaza Navona	1,00	950,00	12,00	\$11.400,00	\$136.800,00	3%
Strike Bowling - Village Plaza	1,00	850,00	14,00	\$11.900,00	\$142.800,00	3%
Supercines Entre Ríos	1,00	850,00	14,00	\$11.900,00	\$142.800,00	3%
Supercines Ceibos	1,00	850,00	14,00	\$11.900,00	\$142.800,00	3%
Mc Donald's Samborondón	1,00	800,00	16,00	\$12.800,00	\$153.600,00	3%
Mc Donald's Ceibos	1,00	800,00	16,00	\$12.800,00	\$153.600,00	3%
TOTAL					\$5.314.800,00	100%

Fuente: Annabelle Figueroa (2013)

3.2 Población Objetivo

La investigación se dedicara al análisis de la importancia del Marketing en captación de clientes para eventos infantiles en la ciudad de Guayaquil

La investigación está dirigida a la clase social media, media alta y alta que requiera el servicio en la ciudad de Guayaquil, enfocándonos en hombres y mujeres a partir de los 18 años de edad que tengan niños de 1 a 10 años y estén interesados en adquirir este tipo de servicios, preocupados en que su evento personal tenga una realización acorde a las exigencias del mercado actual, el cual va evolucionando de acuerdo a las modas y tendencias.

Annabelle Figueroa realizó una encuesta (2013) obtuvo los siguientes resultados.

- En cuanto al género de los encuestados, el 72% es femenino y el 28% masculino.
- Las personas con edades comprendidas entre los 25 a 31 años fueron las de mayor participación, alcanzado un 43%, mientras que el 34% fueron personas entre los 32 a 38 años.
- El 77% de los encuestados indicó tener hijos entre 6 meses a 12 años de edad. Y de este percentil, el 95% sí realiza una fiesta a sus hijos, mientras que el 5% mencionó que no; por lo tanto, es un mercado amplio que se puede atender potencialmente derivado por su demanda.
- El tiempo que los padres de familia regularmente consideran para la planificación de la fiesta infantil de sus hijos es de 3 meses antes, con el 48%; seguido por el tiempo de 2 meses de anticipación, con un 35%; siendo este un factor importante a tomar en cuenta para el plan operativo de la compañía.
- El 72% de los encuestados mencionó que las fiestas las organizan en su casa, mientras que el 25% lo hace en un local que ofrece el servicio de organización de eventos infantiles, mostrándose así que existe un alto mercado que podría estar interesado en la propuesta planteada por la empresa.
- El 53% de los padres de familia encuestados señalaron que sí adquirirían un servicio de organización de fiestas infantiles personalizadas y exclusivas, identificando de esta manera la demanda potencial de Waldo & Bella.

- La frecuencia anual con la que los padres de familia utilizarían el servicio sería de 2 veces al año con el 60%, y 3 veces al año con un 23%.
- Con respecto a los detalles que el consumidor considera más importantes al momento de realizar su evento, se encontró que la decoración está en un primer lugar con un 47%, y en segundo y tercer lugar, la comida con un 23% y la fotografía y grabación del evento con un 11%.
- En cuanto al precio, el 53% de los encuestados mencionó estar dispuesto a pagar entre USD\$ 2.000,00 a USD\$ 2.999,00 para un servicio de evento infantil personalizado, mientras que el 20% estaría dispuesto a pagar entre USD \$3.000,00 a USD \$4.500,00.
- El medio que tiene mayor preferencia para conocer del servicio de eventos infantiles personalizados es la referencia de conocidos con el 37%, seguido 51 por el internet y redes sociales con el 25%; 21% la visita al local comercial especializado y el 17% un anuncio publicado en revistas y/o periódicos.
- En cuanto a la competencia, Play & Jump con más de 10 años en el mercado fue la compañía que las personas reconocieron más al momento de elegir una alternativa para servicios de planificación de matiné infantil. Además, un 19% de los encuestados seleccionó Party Express, que es la nueva línea de negocio desarrollada por esta empresa para atender el mercado de eventos infantiles personalizados y que al ser manejada como un negocio alterno no es asociada directamente a su matriz. Sin embargo, a pesar de ofrecer el servicio de Personalización como un diferencial, cuando se realizó la investigación exploratoria a base de visitas de campo se pudo identificar falencias en la estrategia planteada, debido a que lo que realmente ofrecen son Fiestas Temáticas; es decir, el padre de familia selecciona un tema y ellos realizan la decoración a base del mismo. No se realiza un intercambio de ideas entre las partes y Party Express es quien decide cómo decorar el evento y los detalles a utilizar, sin que el cliente apruebe una propuesta con diseños y elementos personalizados.

- Como un competidor potencial encontramos a los Party Planners u Organizadores de Eventos, quienes en su gran mayoría se dedican a bodas o eventos empresariales, no prestando mucha atención al mercado objetivo de la investigación en cuestión. Pero si un cliente les solicita un evento de este tipo, ellos están dispuestos a desarrollarlo aunque no tengan el know how del mismo. Un 30% de los encuestados los seleccionó como su primera alternativa, lo que es un indicador a analizar al momento de definir la posición estratégica de Waldo & Bella, ya que a pesar de que no existe un Party Planner con una fuerte marca personal en este tipo de negocio y no ha logrado posicionar su marca en la mente de los consumidores, sí cuentan con gran experiencia. Es importante para la empresa trabajar en posicionar la marca y hacerla reconocible, lo que podría ser una ventaja considerable sobre ellos.

CAPITULO 4

4. PLAN DE MARKETING `

- **Servicio**

Uno de los puntos claves para captar clientes es brindarles un servicio excelente muy personalizado, exclusivo y de buena calidad en cada uno de sus productos, dándoles a los padres confianza y comodidad. Cumpliendo su expectativas en cada paso que se da en la realización.

- **Precio**

El precio del mercado para un evento es de \$800 en adelante dependiendo de la magnitud de la fiesta, algunas agencias tienen precios parecidos, pero agregan valor a cada uno de los paquetes a vender para ganar clientes, estos valores agregados pueden ser la máquina de burbujas, tiempo adicional, etc.

- **Distribución**

Los canales directos de distribución que se manejan las agencias de eventos es por medio de:

- El local comercial u oficina
- BTL
- Redes Sociales
 - Facebook
 - Instagram
- Página web

4.1 PROMOCION Y PUBLICIDAD

Promoción y publicidad para captar clientes que requieran los servicios de organización de eventos infantiles

(Patricio y Mario 2002) la promoción es "el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados.

(Kotler y Armstrong, 2002) Definen la publicidad como cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.

ETAPA	MEDIOS	DETALLE DE ACTIVIDADES
PRIMERA	Brochures	Brochures con imágenes, el logotipo, el lema y información relacionada con el servicio. Serán repartidos a todos los clientes potenciales que visiten el local.
	Publicidad en Revistas	Anuncio en cuarto de página indeterminado 12,025 cms * 20,81 cms de alto en la revista especializada Sambo.
	Redes Sociales	Compartir información relevante a clientes potenciales + Publicidad en Facebook.
	Página Web	Medio de comunicación, que permitirá publicar información relacionada con la empresa.
	Relaciones Públicas	Canje de publicidad con Ecuavisa y el centro comercial Village Plaza, ofreciendo realizar un evento "Plan Rainbow" en sus instalaciones. (Día del Niño)
SEGUNDA	Brochures	Brochures con imágenes, el logotipo, el lema y información relacionada con el servicio. Serán repartidos a todos los clientes potenciales que visiten el local.
	Publicidad en Revistas	Anuncios en la revista especializada Sambo.
	Redes Sociales	Compartir información relevante a clientes potenciales + Publicidad en Facebook.
	Página Web	Medio de comunicación, que permitirá publicar información relacionada con la empresa.
	Relaciones Públicas	Canje de publicidad con el centro comercial Village Plaza, ofreciendo realizar un evento "Plan Rainbow" en sus instalaciones (Halloween)
	Boletín Informativo Trimestral	Contendrá información gráfica sobre las fiestas infantiles organizadas por la empresa y deseos de Feliz Cumpleaños a los clientes pequeños.

Autor: Annabelle Figueroa (2013)

4.2 Plan de comunicación

Cronograma de implementación "PLAN DE COMUNICACIÓN"												
ACTIVIDADES	Q1			Q2			Q3			Q4		
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DI
Entrega de Brochures												
Lanzamiento Revista Combo.												
Impartir información previamente en Redes Sociales.												
Publicidad en Facebook												
Actualización de página web												
Evento "Plan Rainbow" Ecuavisa - Día del Niño.												
Evento "Plan Rainbow" Village Plaza - Día del Niño.												
Evento "Plan Rainbow" Village Plaza para Halloween.												
Informe Trimestral												

Autor: Annabelle Figueroa, (2013).

4.3 Estrategias

Las estrategias de marketing, también conocidas como estrategias de mercadotecnia, estrategias de mercadeo o estrategias comerciales, consisten en acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado.

Para formular o diseñar estrategias de marketing, además de tomar en cuenta nuestros objetivos, recursos y capacidad, debemos previamente analizar nuestro público objetivo, de tal manera que en base a dicho análisis podamos, por ejemplo, diseñar estrategias que nos permitan satisfacer sus necesidades o deseos, o que tomen en cuenta sus hábitos o costumbres.

Pero además de analizar nuestro público objetivo, también debemos previamente analizar la competencia, de tal manera que en base a dicho análisis podamos, por ejemplo, diseñar estrategias que nos permita aprovechar sus debilidades, o que se basen en las estrategias que estén utilizando y que mejores resultados les estén dando.

Una de las formas de promocionar los eventos infantiles es por medio de una volante la cual contendrá una ticketera desprendible, esta tendrá un porcentaje de descuento por la presentación de la misma al momento de adquirir los servicios.

También se utilizaría una estrategia de precio, se puede mantener el mismo del mercado pero agregando valor a cada uno de los paquetes a vender, estos valores agregados pueden ser la máquina de burbujas, tiempo adicional, etc.

La estrategia de ventas que se realizara es visitar a cada uno de los jardines en la ciudad para entregar el material publicitario, también se visitaran empresas privadas donde les ofreceremos a padres de familia los servicios.

El material POP que se utilizara para incentivar las ventas será por medio de volantes, roll up, trípticos haciendo BTL en ferias, piazas, urbanizaciones y parques infantiles.

La segunda forma de promoción se gestionaría en redes sociales, el posible cliente tiene que seguir unos pocos pasos para adquirir la promoción ya sea de descuento o un plus gratis en el paquete servicios que adquiere. El medio de publicidad principal que se utilizara es en redes sociales, mailing ya que en estos tiempos los consumidores buscan lo que necesitan en redes debido a la tendencia que se le está dando a la publicidad online en estos tiempos.

4.5 Formulario de entrevista

EDAD

SEXO

1. - ¿Gusta realizar fiestas infantiles?

SI____ No____

2.- ¿Hasta qué edad compraría un evento infantil para celebrar el cumpleaños de su hijo?

1____

2____

3____

4____

5____

Otro____

3.- Enumere del 1 al 5 en orden de importancia los atributos de los servicios de eventos infantiles. (El 5 es más importante y el 1 es de menor importancia).

Duración____

Precio____ Decoracion____

Animacion____ Ambiente__

Tematica____

-

4.- Que lugar prefiere para realizar su evento infantil

Domicilio____

Local____

Escuela____

Otros____(especifique)

5.- Por qué medio de comunicación se entera de este tipo de servicios.

Periódico____

Revista____

Redes Sociales____ (especifique cual) _____

TV____

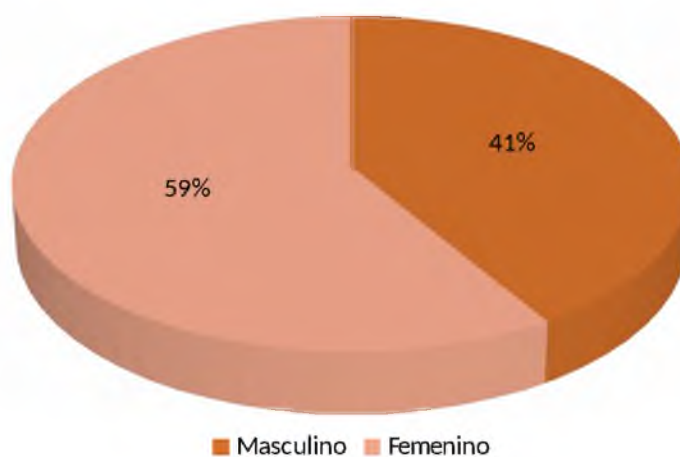
Otro____

4.6 RESULTADOS

Tabla 1.- Porcentaje de la encuesta por sexo

Encuesta por sexo			
Sexo	Masculin o	Femenin o	Total
Cantidad	158	226	384
Porcentaje	41%	59%	100%

Porcentaje de la encuesta por sexo



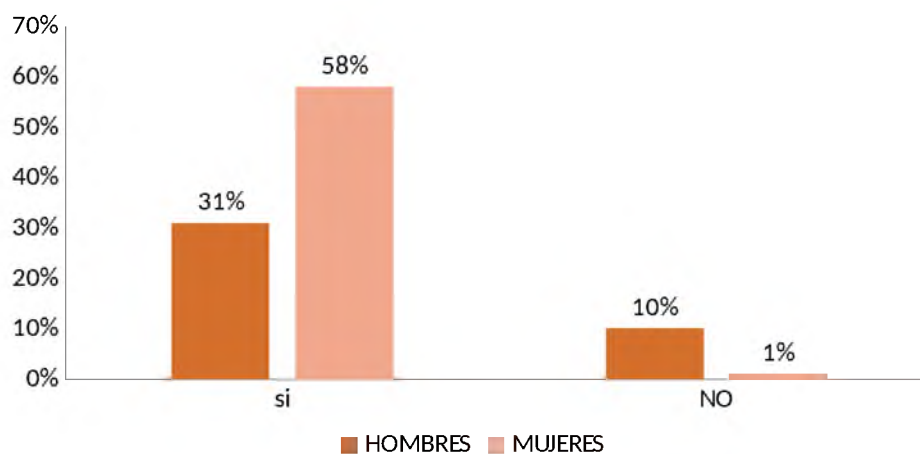
Fuente: Elaborado por el autor

Más de la mitad de la muestra a investigar es de género femenino con una cantidad de 226 personas que representan un 59% y 158 personas de género masculino con un 41% del total de la muestra.

Tabla 2.- Porcentaje de personas que les gusto realizar fiestas infantiles

1. - ¿Gusta realizar fiestas infantiles?			
Variable	Hombres	Mujeres	Total
Si	120	221	341
No	38	5	43
Total	158	226	384
Si%	31%	58%	89%
No%	10%	1%	11%
Total	41%	59%	100%

1. - ¿Gusta realizar fiestas infantiles?

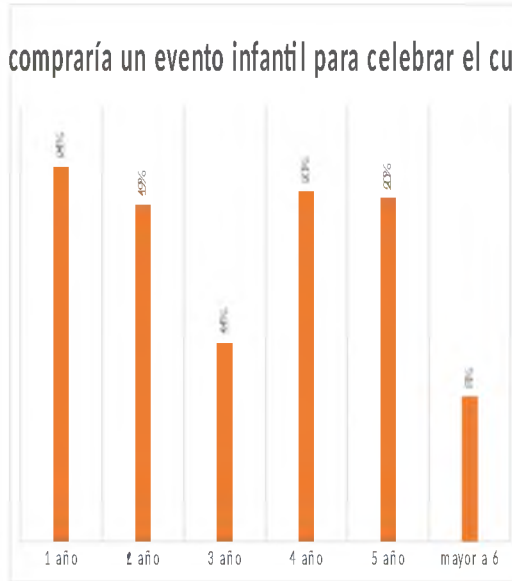


Fuente: Elaborado por el autor

Con un 89% de aceptación entre hombres y mujeres, los servicios de eventos infantiles tienen una gran aceptación por parte de las personas que frecuentan en Guayaquil.

Tabla 3.- Porcentaje de edad en que se le realizan con más frecuencia fiestas a los niños

2.- ¿Hasta qué edad compraría un evento infantil para celebrar el cumpleaños de su hijo?



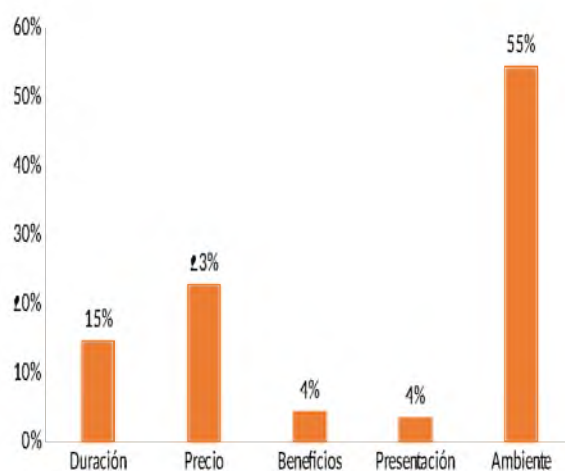
Fuente: elaborado por el autor

El 21% de los padres le celebran el cumpleaños a sus hijos de 1 año y a partir de los 6 años ya baja un poco la demanda.

Tabla 4.- Atributos de los servicios de eventos temáticos.

3.- importancia los atributos de los		
Variable	Cantida d	Porcentaj e
Duración	50	15%
Precio	78	23%
Beneficios	15	4%
Presentació n	12	4%
Ambiente	186	55%
Total	341	100%

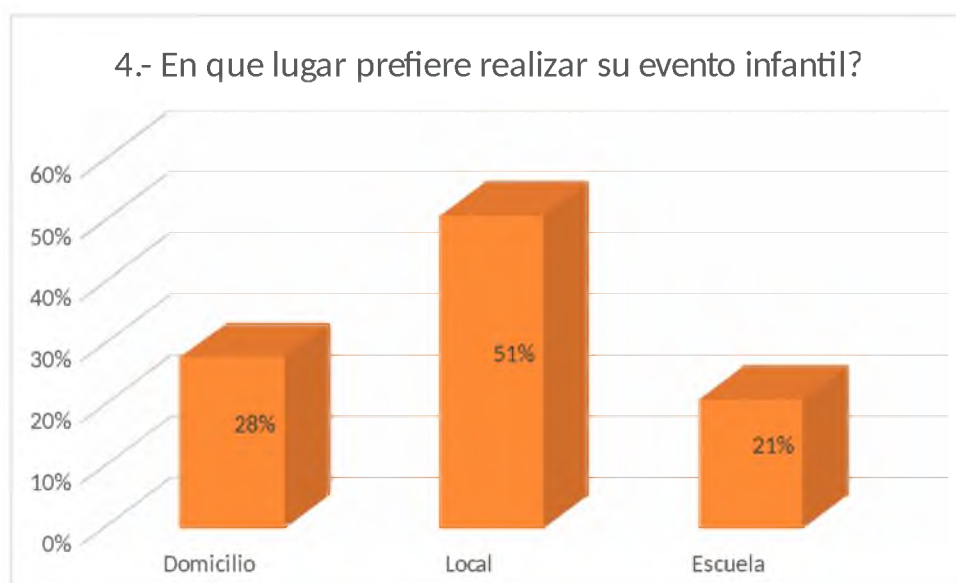
3.- importancia los atributos de los servicios de eventos temáticos e infantiles.



Fuente: Elaborado por el autor

Los guayaquileños prefieren con gran acogida el atributo de ambiente por encima del 50% quedando así como atributo predilecto frente a los restantes que poseen menor cuantía.

Tabla 5.- Que lugar se prefiere escoger para hacer la fiesta infantil.



Fuente: Elaborado por el autor

Esta tabla 5 demuestra que el lugar preferido para hacer las fiestas infantiles de los niños es en locales con un 51%, la cual en realidad están teniendo bastante acogida, seguido por el domicilio.

Tabla 6.- Medios de comunicación que llega al cliente.

5.- Por qué medio de comunicación se entera de este tipo de servicios?



Fuente: Elaborado por el autor

En la tabla 6, demuestra que el medio de comunicación que está siendo más visitado es en las redes sociales con un 33%.

CONCLUSIONES

Más de la mitad de la muestra a investigar es de género femenino con una cantidad de 226 personas que representan un 59% y 158 personas de género masculino con un 41% del total de la muestra.

Con un 89% de aceptación entre hombres y mujeres, los servicios de eventos infantiles tienen una gran aceptación por parte de las personas que frecuentan en Guayaquil.

Los guayaquileños prefieren con gran acogida el atributo de ambiente por encima del 50% quedando así como atributo predilecto frente a los restantes que poseen menor cuantía.

En la ciudad de Guayaquil según las encuestas hechas refleja que tiene más demanda para realizar una fiesta, es a 1 año de edad con el 21%.

El lugar que se prefiere para hacer los eventos infantiles son los locales alquilados que muchas veces son temáticos con una ambientación para la edad de infantes más apropiada o acogedora con un 51%.

El medio de comunicación en el cual más las personas se enteran de este tipo de servicios es en redes sociales con un 33%.

BIBLIOGRAFIA

1. Benassini, M (2009). *Introducción a la Investigación de Mercados: Enfoque para América Latina*. México: PEARSON EDUCACION.
2. Figueroa Lizarzaburu, A.E. (2013) *Estudio de factibilidad de la creación de una empresa de servicios de organización de eventos infantiles personalizados en la zona urbana de Guayaquil y Zamborondón*. Tesis de ingeniería no publicada, UCSG, Guayaquil, Ecuador.
3. Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales*, Primera Edición, Prentice Hall, Pág. 65.
4. Kotler, P., Bloom, P. y Hayes, T. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*. Barcelona: Paidós.
5. Kotler, P y Kevin L. (2009). *Dirección de Marketing* PEARSON Educación, México
6. <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>
7. <http://www.monografias.com/trabajos70/publicidad-fiestas-infantiles/publicidad-fiestas-infantiles2.shtml#ixzz3xhQBgtVI>
8. <http://www.monografias.com/trabajos70/publicidad-fiestas-infantiles/publicidad-fiestas-infantiles2.shtml#ixzz3xhRSse6k>
9. <http://www.definicionabc.com/general/tematica.php>
10. <http://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion>
11. <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/17150/1/Proyecto%20Implementaci%C3%B3n%20de%20una%20empresa%20de%20Recreaci%C3%B3n%20y%20Publicidad%20al%20servicio%20de%20la%20Poblaci%C3%B3n%20Guayaquile%C3%B1a.pdf>
12. <http://dspace.uazuav.edu.ec/bitstream/datos/2021/1/06767.pdf>
13. <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10473/1/FIESTAS%20INFANTILES.pdf>
14. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/347>
15. <http://laverdieri.com/tendencias-en-decoraciones-de-fiestas-infantiles/>
16. <http://www.pequeocio.com/tag/fiestas-tematicas/>
17. <http://www.eluniverso.com/2011/09/29/1/1528/matine-inolvidable.html>



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Campaña Cárdenas Raquel Eliana, con C.C: # 0925573750 autor/a del trabajo de titulación: La importancia de marketing en la captación de clientes para eventos infantiles en Guayaquil previo a la obtención del título de **INGENIERO EN MARKETING** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 22 de febrero de 2016

f. 
Nombre: Campaña Cárdenas Raquel Eliana
C.C: 0925573750



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	La importancia de Marketing en la captación de clientes para eventos Infantiles en Guayaquil, La importancia que tiene el Marketing en una agencia organizadora de eventos.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Campaña Cardenas, Raquel Eliana		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Rea Fajardo, María Soledad		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Ingeniería en Marketing		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Marketing		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Marzo 11 del 2016	No. DE PÁGINAS:	31
ÁREAS TEMÁTICAS:	Estrategias de ventas y publicidad, Tácticas promocionales		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Eventos infantiles, Temáticas, Publicidad, Promoción, Marketing de eventos, investigación		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>Hoy en día el solicitar servicios de organización de eventos infantiles está en aumento, en este ensayo nos enfocaremos y analizaremos la importancia que tiene una agencia organizadora de fiestas infantiles, que promoción y publicidad se utilizan para captar clientes que requieran los servicios de organización de eventos infantiles, temática de fiestas y catering. Es por eso que es interesante y a la vez importante saber que tanto es el interés y la necesidad que el consumidor tiene para llegar a contratar los servicios en la ciudad de Guayaquil. Esta investigación se la hace mediante la toma de una muestra y desarrollo de un pequeño cuestionario o formulario de entrevista para el levantamiento de información y posterior a esto demostrar si Guayaquil es un punto focal para el consumo de servicios de organización de eventos infantiles, luego verificar la factibilidad de establecer convenios con los locales existentes para una optimización en la calidad de servicio y definir qué tipo de publicidad se puede implementar.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-6003666 / 0994089591	E-mail: raquel.campa@ucsg.edu.ec / relcampa@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Samaniego López, Jaime Moisés		
COORDINADOR DEL PROCESO DE UTE	Teléfono: +593-4-3704160		
	E-mail: Jaime.samaniego@cu.ucsg.edu.ec		

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	