

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA DE EMPRENDEDORES

TRABAJO DE TITULACIÓN
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE

EFFECTUADO:

Desde Agosto de 2013 hasta Octubre 2013

REALIZADO POR:

Melissa Lucía Luque Zambrano

Tutor:

Ing. Gerson Sopo

INFORMACIÓN PERSONAL:

Dirección: Colón 625 entre García Avilés y Boyacá

Teléfono: 042320190

Celulares: 0996753026

Correo: melitoluque@hotmail.com

Guayaquil – Ecuador

La información contenida en este documento es extremadamente confidencial. Nada de este material podrá ser reproducido, copiado, distribuido, re publicado o transmitido de ninguna forma sin la previa autorización de las autoras.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Srta. Melissa Lucía Luque Zambrano como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERA EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE.

Guayaquil, Octubre de 2013

Ing. Gerson Sopo

Tutor

Ing. Ángel Castro Peñarreta

Director (E)

Lector

Econ. Servio Correa Macías

Decano (E)

Lector

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

MELISSA LUCÍA LUQUE ZAMBRANO

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación denominado “Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil” ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación en mención.

Guayaquil, Octubre de 2013

EL AUTOR

MELISSA LUCÍA LUQUE ZAMBRANO

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

AUTORIZACIÓN

Yo, MELISSA LUCÍA LUQUE ZAMRANO

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución el trabajo titulado: “Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, Octubre de 2013

EL AUTOR

MELISSA LUCÍA LUQUE ZAMRANO

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

DEDICATORIA

A DIOS, Por ser mi guía, fortaleza y camino para poder llegar hasta aquí.

A MI HIJA Y JOHN, Por ser mi inspiración para seguir adelante y su incondicional apoyo.

A MIS PADRES, por su apoyo incondicional.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

AGRADECIMIENTO

A DIOS, por demostrarme que no hay mejor manera de realizar las cosas, que haciendo con el.

A MI HIJA Y JOHN, Por ser mi inspiración para seguir adelante y su incondicional apoyo.

A MIS PADRES, por inculcarme valores y apoyarme cuando más lo he necesitado.

A MIS AMIGOS Y AMIGAS, por su ayuda y 5 años de alegrías y tristezas juntos.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

RESUMEN

El siguiente trabajo de titulación tiene como finalidad, analizar la viabilidad de la creación de un negocio, cuyo objetivo es la organización completa de fiestas infantiles y la asesoría a madres de familia de la ciudad de Guayaquil para el desarrollo de las mismas.

Se ha detectado la necesidad de brindar un servicio especializado en la organización de eventos infantiles, debido al alto grado de ocupación laboral de los padres de familia quienes demandan este tipo de servicios.

La empresa se enfoca en ofrecer las mejores fiestas infantiles temáticas y personalizadas mediante un servicio de calidad único, de acuerdo a las ideas y necesidades de sus clientes.

En base al estudio realizado, la demanda, la operacionalidad y el aspecto financiero de la empresa; se logra evidenciar la viabilidad del negocio y su aceptación en el mercado pese a la variedad de competidores.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

ABSTRACT

The following graduation work aims to analyze the viability of creating a business, whose goal focuses on the complete organization of children's parties and guiding mothers from Guayaquil to develop them.

We have identified the need to provide a specialized service in organizing children's events, due to the high mark of occupation at work of parents who demand these services.

The main goal of the company is based on providing the best personalized children's parties and themed by a unique quality service, according to the ideas and needs of its customers.

According to the research of this work, the demand, the viability and the financial feature of the company, it's possible to determine the viability of the business and its market acceptance despite the variety of competitors.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación para la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe, expone la propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil; la cual busca liderar el mercado en la asesoría y organización de fiestas infantiles, proveyendo a sus clientes una amplia gama de temas, personajes, ideas y productos de calidad alta y media.

Esta idea de negocio está dirigida al sector norte de la ciudad de Guayaquil. Parte del objetivo del negocio es llegar al cliente de manera que éste no tenga necesidad de preocuparse por los detalles de la fiesta, brindando comodidad y tranquilidad a los anfitriones. Las selecciones de los diferentes servicios que se ofrecerán deben ser elegidas en la primera reunión con el asesor. Posteriormente se agendará las reuniones que sean necesarias para el montaje de la fiesta.

Para concluir a fin de garantizar la eficiencia del servicio se deberá solicitar el evento con mínimo 2 meses de anticipación; puesto la elaboración de ciertos productos sobrellevan más tiempo de elaboración que otros.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas
infantiles en la ciudad de Guayaquil”

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	1
CERTIFICACIÓN	3
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	4
AUTORIZACIÓN	5
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10
ÍNDICE GENERAL	11
ÍNDICE DE TABLAS	18
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	19
ÍNDICE DE GRÁFICOS	20
ABREVIATURAS	21
RESUMEN EJECUTIVO	22
1 DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	24
1.1 Tema – Título	24
1.2 Justificación.....	24
1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio	24
1.4 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio	25
1.5 Objetivos de la Investigación	26
1.5.1 Objetivo General	26
1.5.2 Objetivos Específicos	26
1.6 Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.....	26
1.7 Planteamiento del Fenómeno Paradigmático	27
1.7.1 Planteamiento del Problema	27
1.8 Fundamentación Teórica del Proyecto	27
1.8.1 Marco Referencial	27

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas
infantiles en la ciudad de Guayaquil”

1.8.2	Marco Teórico	28
1.8.3	Marco Conceptual	29
1.8.4	Marco Legal	30
1.8.5	Marco Lógico	31
1.9	Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.....	32
1.10	Cronograma.....	32
2	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	34
2.1	Análisis de la Oportunidad.....	34
2.2	Descripción de la Idea de Negocio.....	34
2.3	Descripción de la Idea de Producto o Servicio	35
2.4	Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	36
2.5	Objetivos de la Empresa.....	37
2.5.1	Objetivo General	37
2.5.2	Objetivos Específicos	37
2.6	Estructura Organizacional	37
2.6.1	Organigrama.....	37
2.6.2	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.....	37
2.6.3	Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, responsabilidades, y Derechos	38
3	ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA.....	41
3.1	Aspecto Societario de la Empresa.....	41
3.1.1	Generalidades (Tipo de Empresa)	41
3.1.2	Fundación de la Empresa	41
3.1.3	Capital Social, Acciones y Participaciones	42
3.1.4	Juntas Generales de Accionistas y-o Socios.....	42
3.1.5	Compañías Extranjeras.....	43
3.1.6	Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores.....	43
3.2	Aspecto Laboral de la Empresa.....	43
3.2.1	Generalidades	43
3.2.2	Mandato Constituyente #8.....	44
3.2.3	Tipos de Contrato de Trabajo	44
3.2.4	Obligaciones del empleador	44

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

3.2.5	Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración	45
3.2.6	Fondo de Reserva y Vacaciones.....	45
3.2.7	Asociaciones de Trabajadores	46
3.2.8	Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo	46
3.3	Contratación Civil	47
3.3.1	Principios Básicos de la Contratación	47
3.3.2	Contratos de Prestación de Servicios	47
3.3.3	Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios...47	
3.3.4	Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación	47
3.3.5	Generalidades de la Contratación Pública.....	48
3.3.6	Contrato de Confidencialidad.....	48
3.4	Políticas de Buen Gobierno Corporativo	48
3.4.1	Código de Ética	48
3.4.2	Indicadores de Gestión	49
3.4.3	Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios	50
3.4.4	Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación	50
3.5	Propiedad Intelectual.....	50
3.5.1	Registro de Marca	50
3.5.2	Manual de Procesos Productivos.....	51
3.5.3	Derecho de Autor del Proyecto	51
3.5.4	Patente y-o Modelo de Utilidad.....	51
3.6	Seguros	51
3.6.1	Incendio	51
3.6.2	Robo	52
3.6.3	Fidelidad.....	52
3.6.4	Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato	52
3.6.5	Maquinarias y Equipos	52
3.6.6	Materia Prima y Mercadería.....	52
3.6.7	Presupuesto.....	52
4	AUDITORÍA DE MERCADO.....	55
4.1	PEST.....	55

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas
infantiles en la ciudad de Guayaquil”

4.2	Macro, Meso y Micro.....	56
4.3	Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria.....	57
4.4	Análisis del Ciclo de Vida del Mercado.....	58
4.5	Matriz BCG.....	58
4.6	Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado	59
4.7	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter: Conclusiones de la Empresa y su Poder de Negociación.	61
4.8	Análisis de la Oferta.....	62
4.8.1	Tipo de Competencia.....	62
4.8.2	Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial	62
4.8.3	Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.....	63
4.8.4	Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa	63
4.8.5	Análisis de la Demanda.....	64
4.8.6	Segmentación de Mercado	64
4.9	Matriz FODA	65
4.10	Investigación de Mercado	66
4.10.1	Método.....	66
4.10.2	Conclusiones de la Investigación de Mercado	82
4.10.3	Recomendaciones de la Investigación de Mercado.....	82
4.10.4	Cuantificación de la Demanda	82
4.10.5	Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca el Payback.	83
5	PLAN DE MARKETING	85
5.1	Objetivos: General y Específicos	85
5.1.1	Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada.....	85
5.2	Posicionamiento	86
5.2.1	Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios.....	86
5.2.2	Valoración del Activo de la Marca (BAV)	86
5.3	Marketing Mix.....	87

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas
infantiles en la ciudad de Guayaquil”

5.3.1	Estrategia de Producto o Servicios	88
5.3.2	Estrategia de Precios	90
5.3.3	Estrategia de Plaza.....	93
5.3.4	Estrategias de Promoción	97
5.3.5	Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña utilizar Project).....	103
5.3.6	Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.	104
5.3.7	Análisis de Rentabilidad del Offering (Precio de venta al Público menos Margen de los Intermediarios; Precio Ex empresa menos Descuentos, Impagados, Otros; Precio Neto menos Costes Directos e Indirectos de Producción, Proporción de Gastos Generales y Administrativos, Proporción de Investigación y Desarrollo, Proporción Gastos Financieros, Gastos de Marketing Mix; Contribución Unitaria del Beneficio.....	104
6	PLAN OPERATIVO	106
6.1	Producción.....	106
6.1.1	Proceso Productivo	106
6.1.2	Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos	106
6.1.3	Mano de Obra.....	107
6.1.4	Capacidad Instalada.....	107
6.1.5	Flujo grama de Proceso	108
6.1.6	Presupuesto.....	109
6.2	Gestión de Calidad	110
6.2.1	Procesos de planeación de calidad	110
6.2.2	Beneficios de las acciones proactivas	110
6.2.3	Políticas de calidad	110
6.2.4	Benchmarking	111
6.2.5	Proceso de aseguramiento de la calidad	111
6.2.6	Estándares de la calidad	112
6.2.7	Procesos de control de calidad	112
6.2.8	Certificaciones y Licencias	112
6.2.9	Presupuesto.....	113
6.3	Gestión Ambiental.....	113
6.3.1	Procesos de planeación ambiental	113

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

6.3.2	Beneficios de las acciones proactivas	113
6.3.3	Políticas de protección ambiental.....	114
6.3.4	Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental	114
6.3.5	Estándares de la calidad ambiental.....	114
6.3.6	Procesos de control de calidad	115
6.3.7	Trazabilidad.....	115
6.3.8	Logística Verde	116
6.3.9	Certificaciones y Licencias	116
6.3.10	Presupuesto.....	116
6.4	Gestión de Responsabilidad Social	116
6.4.1	Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social	116
6.4.2	Beneficios de las acciones proactivas	117
6.4.3	Políticas de protección social	117
6.4.4	Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa	117
6.4.5	Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo	117
6.4.6	Procesos de controles sociales.....	118
6.4.7	Certificaciones y Licencias	118
6.4.8	Presupuesto.....	118
6.5	Balanced Scorecard & Mapa Estratégico.....	118
6.6	Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.)	119
7	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO.....	121
7.1	Inversión Inicial.....	121
7.1.1	Tipo de Inversión.....	121
7.1.2	Financiamiento de la Inversión	123
7.1.3	Cronograma de Inversiones.....	125
7.2	Análisis de Costos	125
7.2.1	Costos Fijos	125
7.2.2	Costos Variables.....	126
7.3	Capital de Trabajo	127

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas
infantiles en la ciudad de Guayaquil”

7.3.1	Costos de Operación.....	127
7.3.2	Costos Administrativos	127
7.3.3	Costos de Ventas	127
7.3.4	Costos Financieros	127
7.4	Análisis de Variables Críticas	128
7.4.1	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.....	128
7.4.2	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas	130
7.4.3	Determinación del Punto Optimo de Producción por medio de análisis marginales.....	131
7.4.4	Análisis de Punto de Equilibrio.....	131
7.4.5	Análisis de Punto de Cierre	131
7.5	Entorno Fiscal de la Empresa.....	132
7.5.1	Planificación Tributaria	132
7.6	Estados Financieros proyectados	134
7.6.1	Balance General Inicial	134
7.6.2	Estado de Pérdidas y Ganancias	135
7.7	Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples	139
7.7.1	Gastos Administrativos	139
7.7.2	Gastos de Ventas	139
7.7.3	Inversión en Activos Fijos.....	139
7.7.4	Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)	140
7.8	Balance General	141
7.8.1	Razones Financieras	143
	Conclusión Financiera	144
8	PLAN DE CONTINGENCIA	146
8.1	Plan de administración del riesgo	146
8.1.1	Principales riesgos	146
8.1.2	Reuniones para mitigar los riesgos.....	146
8.1.3	Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)	146
8.2	Planeación de la respuesta al riesgo	147
8.2.1	Monitoreo y control del riesgo	147
8.2.2	Revisiones periódicas y evaluación del riesgo	147

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas
infantiles en la ciudad de Guayaquil”

8.2.3	Reporte del riesgo.....	147
8.2.4	Estrategias de Salida.....	147
8.3	Plan de Contingencia y Acciones Correctivas	148
9	CONCLUSIONES.....	150
10	RECOMENDACIONES	153
11	FUENTES.....	155
	ANEXOS	159
12	ANEXOS	160

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Marco Lógico	31
Tabla 2: Hipótesis y preguntas de la investigación	32
Tabla 3: Indicadores de Gestión	49
Tabla 4: Presupuesto de sueldos y salarios.....	53
Tabla 5: Presupuesto de Gastos de Propiedad Intelectual	53
Tabla 6: Características de los competidores	63
Tabla 7: Matriz FODA	65
Tabla 8: Conclusiones Focus Group.....	68
Tabla 9: Precios de Paquetes	92
Tabla 10: Presupuesto de Marketing	104
Tabla 11: Infraestructura	107
Tabla 12: Sueldos y salarios del personal operativo.....	109
Tabla 13: Presupuesto de Infraestructura	109
Tabla 14: Presupuesto.....	113
Tabla 15: Presupuesto Ambiental.....	116
Tabla 16: Balanced Score Card	119
Tabla 17: Resumen Inversión Inicial.....	121
Tabla 18: Inversión Fija.....	121
Tabla 19: Inversión Diferida.....	122
Tabla 20: Inversión corriente.....	123
Tabla 21: Detalle del Financiamiento interno	123

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas
infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Tabla 22: Tabla de amortización	123
Tabla 23: Cronograma de Inversiones	125
Tabla 24: Costos fijos	126
Tabla 25: Costos Variables.....	126
Tabla 26: Costos operacionales	127
Tabla 27: Gastos administrativos	127
Tabla 28: Costos de ventas por paquete de servicio	127
Tabla 29: Costos financieros	128
Tabla 30: Mark up y Márgenes	128
Tabla 31: Proyección de ventas año 1	130
Tabla 32: Proyección de costos año 1	130
Tabla 33: Punto de equilibrio	131
Tabla 34: Punto de Cierre.....	132
Tabla 35: Impuesto a la Renta	132
Tabla 36: Balance General Inicial	135
Tabla 37: Estado de pérdidas y ganancias del año 1	136
Tabla 38: Estado de pérdidas y ganancias proyectado	137
Tabla 39: Flujo de Caja	137
Tabla 40: TMAR	138
Tabla 41: VAN	138
Tabla 42: TIR	138
Tabla 43: Afectación de indicadores financieros por incremento en sueldos y salarios	139
Tabla 44: Afectación de indicadores financieros por incremento en Activos fijos.....	139
Tabla 45: Gastos financieros con interés del 11,5%	140
Tabla 46: Gastos financieros con interés del 8,5%	140
Tabla 47: Balance General	141
Tabla 48: Endeudamiento.....	143
Tabla 49: Rentabilidad.....	143

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Cronograma Trabajo de titulación.....	32
--	----

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas
infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Ilustración 2: Organigrama	37
Ilustración 3: Matriz BCG	59
Ilustración 4: Formula Finita	67
Ilustración 5: Logo y slogan de la empresa	89
Ilustración 6: Distribución del espacio	94
Ilustración 7: Distribución de espacio	95
Ilustración 8: Logística	96
Ilustración 9: Cronograma de Campaña	103
Ilustración 10: Flujo grama de proceso	108
Ilustración 11: Trazabilidad	115
Ilustración 12: Mapa Estratégico	119

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Porcentaje de numero de niños por familia	70
Gráfico 2: Importancia de Fiestas	71
Gráfico 3: Edades hasta las que harían fiestas	71
Gráfico 4: Frecuencia con la que asiste a fiestas infantiles	72
Gráfico 5: Cantidad de niños invitados	73
Gráfico 6: Gasto aproximado en fiestas.....	73
Gráfico 7: Temas Preferidos	74
Gráfico 8: Locales de venta de decoración	75
Gráfico 9: Contratación de Animación	75
Gráfico 10: Adquisición de Repostería.....	76
Gráfico 11: Cantidades de Bocaditos por tipos	77
Gráfico 12: Tamaños de Tortas más adquiridos	77
Gráfico 13: Nivel de Agrado	78
Gráfico 14: Disposición de pago paquete Asesoría	79
Gráfico 15: Disposición de pago paquete balloons	79
Gráfico 16: Disposición de pago paquete pinata	79
Gráfico 17: Disposición de pago paquete party favor	80
Gráfico 18: Paquete más atractivo	80

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

ABREVIATURAS

BCG: Boston Consulting Group
FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas
IESS: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
ISO: International Organization for Standardization
IVA: Impuesto al Valor Agregado
PEST: Político Económico Social Tecnológico
PIB: Producto Interno Bruto
SENPLADES: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo
SINDE: Sistema de Investigación y Desarrollo
SRI: Servicio de Rentas Internas del Ecuador
TIR: Tasa Interna de Retorno
TMAR: Tasa Mínima Atractiva de Retorno
FOPE: Formación de Profesionales de Eventos
UCSG: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
PVQ: Precio de Venta Unitario
CVQ: Costo Variable Unitario
VAN: Valor Actual Neto

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

RESUMEN EJECUTIVO

El desarrollo del siguiente trabajo de titulación reside en la creación de la empresa Party World, la cual se dedicará a ofrecer el servicio de organización de eventos infantiles como fiestas de cumpleaños. Entre los servicios que ofrece se encuentra: la logística, decoración, alimentación y bebidas, entrega de invitaciones y más.

La oficina de la empresa estará ubicada al norte de Guayaquil, en el edificio Professional Center. El equipo de trabajo de la empresa se iniciará con 6 integrantes: 1 administrador, 2 organizadores y 4 ayudantes.

A fin de que la empresa sea reconocida y llegue a todo su mercado meta se realizarán estrategias de marketing como la creación de una fan page, twitter, y una página web. Adicionalmente se realizará un evento de lanzamiento para que las personas puedan visualizar y percibir la calidad de los productos con los que la empresa trabaja. Durante el evento se entregarán muestras gratis, folletos informativos y volantes.

Para poder crear la empresa se necesitará una inversión inicial de \$ \$ 35.051,05, de la cual los accionistas aportarán con el 20% y el 80% restante por medio de un préstamo a la Corporación Financiera Nacional. Se espera que con el plan de marketing implementado la empresa logre realizar ventas anuales de \$ 178.650,00 y que a su vez estas se incrementen en un 5 % anualmente.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

1 DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema – Título

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

1.2 Justificación

Este trabajo de titulación será un aporte a los estudios existentes relacionados a la organización de eventos; el mismo brindará nueva información respecto a la importancia de las fiestas al desarrollo infantil para con la sociedad. De acuerdo a un reporte publicado por UNICEF, se ha comprobado que la autoconfianza, la autoestima, la seguridad, la capacidad de compartir y amar, e incluso las habilidades intelectuales y sociales, tienen sus raíces en las experiencias vividas durante la infancia (UNICEF, 2004). El poder compartir, jugar, bailar, y divertirse con los seres queridos y amigos son recuerdos inolvidables para cualquier niño, y además son experiencias que aportan al desarrollo emocional y social de los infantes.

De igual manera esta propuesta va dirigida para los padres del siglo XXI, pues debido a que el costo de la vida se ha incrementado de manera exagerada, el quedarse en casa se ha convertido en un lujo del pasado. La necesidad de trabajar debido a la inflación que presenta el país en el mes julio del presente año cuya cifra asciende al 2.38% según el Banco Central Del Ecuador (Banco Central del Ecuador, 2013), mejorar la calidad de vida y las múltiples actividades y responsabilidades que desempeñan los padres de familia aminoran el tiempo libre para organizar actividades sociales como las fiestas de cumpleaños. (CONEVYT, 2013)

1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

El presente trabajo de titulación y sus objetivos están dirigidos a la clase medio típico – medio típico ascendente de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas del Ecuador. En donde su objeto de estudio busca investigar en un periodo de 2 años, el mercado de fiestas infantiles, sus preferencias y aceptaciones a propuestas nuevas para el desarrollo de este tipo de eventos.

A través del capítulo uno se presenta toda la información más destacada respecto al tema, la problemática, teorías, datos históricos, justificación y demás argumentos para el desarrollo del trabajo. Mientras que en el capítulo dos se expondrá toda la información que respecta al negocio, sus servicios y productos, el personal y administración.

En el capítulo tres se expondrá las leyes en relación al tema y a la empresa, políticas, permisos de funcionamiento y demás responsabilidades del negocio para con la sociedad y el Estado. De igual manera, en el capítulo cuatro se realizará la investigación del mercado para el negocio, en el cual se analizarán a sus clientes, proveedores e incluso su producto y calidad.

En el capítulo cinco se buscará la mejor estrategia para llegar al cliente dando a conocer el plan de marketing a través del cual se captarán y mantendrán a los futuros clientes del negocio. En los capítulos restantes, es decir, el seis, siete y ocho, se mostrará la operacionalidad del negocio, sus propósitos e intenciones financieras, estudios y plan de contingencia.

1.4 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

Este trabajo está enmarcado de acuerdo al Plan Nacional del Desarrollo del Buen Vivir 2009-2013, *objetivo 11 establecer un sistema económico, social, solidario y sostenible; Política 11.1. Impulsar una economía endógena para el Buen Vivir,*

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

sostenible y territorialmente equilibrada, que propenda a la garantía de derechos y a la transformación, diversificación y especialización productiva a partir del fomento a las diversas formas de producción literal d. Diversificar las formas de producción y prestación de servicios, y sus capacidades de agregación de valor, para ampliar la oferta nacional y exportable (SENPLADES, 2009). Así mismo, el tema se encuentra dentro de las líneas de trabajo de Sistema de Investigación y Desarrollo (SINDE) dentro de los proyectos de desarrollo.

1.5 Objetivos de la Investigación

1.5.1 Objetivo General

OG1: Analizar la viabilidad para la creación de una empresa desarrolladora de eventos infantiles

1.5.2 Objetivos Específicos

- OE1: Identificar la situación actual de la industria del entretenimiento en la ciudad de Guayaquil.
- OE2: Desarrollar un plan operativo eficiente para el apropiado manejo y funcionamiento de la empresa.
- OE3: Conocer la rentabilidad de la empresa evaluando sus indicadores financieros.

1.6 Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información

Durante la investigación se pondrá en práctica varios métodos de como el hipotético-deductivo, el cual aportará con un gran valor heurístico, puesto que permite adelantar y verificar nuevas hipótesis de la realidad (Bernal, 2006). De igual manera se utilizará el método histórico, el cual está vinculado a la evolución de las etapas de fiestas infantiles para conocer el desarrollo de las mismas (José Manuel Serrano González-Tejero, 1991) y finalmente el método cuali-cuantitativo, el cual recopilando datos, se basa en la medición numérica, análisis tipo estadístico para conocer el comportamiento y probar teorías (Mora, 2006).

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

A fin de analizar la investigación se recolectarán datos cuantitativos con respecto a calidad y poder adquisitivo, entre los cuales se encuentran: animación, cantidades de productos de repostería, disposición de pago, entre otros. Con dichos datos se realizarán comparaciones de los temas tradicionales con los modernos y lo económico con la calidad.

1.7 Planteamiento del Fenómeno Paradigmático

La investigación plantea un paradigma socio-crítico debido a que los métodos a utilizarse serán estudios y métodos descriptivos (Antonio Bautista García-Vera, 2009), donde se analizará la conducta de padres de familia y niños a la hora de seleccionar productos y servicios para este tipo de eventos, interpretación de preferencias y gustos; conformidad al cambio e innovación.

1.7.1 Planteamiento del Problema

El problema del trabajo de titulación radica en la falta de tiempo de los padres de familia del siglo XXI, de los cuales la mayoría se ve obligada a trabajar para mantener y/o mejorar la economía en el hogar, y al mismo tiempo en la importancia de las fiestas infantiles para el desarrollo social, emocional, e intelectual de los niños.

1.8 Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1 Marco Referencial

Como referencias para el desarrollo del presente trabajo de titulación se tomará en cuenta las siguientes instituciones.

- Formación de Profesionales de Eventos FOPE, realizo en la ciudad de Quito del 4 al 6 de abril, la primera Convención Latinoamericana de profesionales en la industria de Eventos; con el fin de profesionalizar la industria en el Ecuador al ser considerado como uno de los destinos ideales para la realización de bodas y eventos. (FOPE, 2013)

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

- Como referencia, también se han considerado ciertas empresas dedicadas a la organización de eventos infantiles como es el caso de Mundo Fiestas. Esta empresa identificó que existe una necesidad que tienen la mayoría de los padres de familia por motivos laborales y la dificultad que les surge durante la organización de este tipo de eventos. (Mundo Fiestas, 2009) Lo mismo que se confirma con datos del portal informativo Ecuador en cifras el cual nos revela por medio de censo que hasta el año 2010 los ecuatorianos dedicaban el 1,52% y 0,92% de su tiempo en actividades recreativas y sociales respectivamente. (Ecuador en Cifras, 2010)

1.8.2 Marco Teórico

De acuerdo a la enciclopedia World Book, los inicios de las celebraciones de cumpleaños tomó lugar en Grecia en donde se celebraba el cumpleaños de Artemisa con un pastel en forma de luna y llamas. Costumbre que hoy en día es el seguimiento de dicha fiestas paganas (World Book, Inc., 2013).

Los primeros cristianos nunca celebraron los cumpleaños porque simplemente para ellos el nacimiento no significaba un día memorable, sino la muerte, la cual representaba el descanso eterno. Sin embargo en el siglo IV, se iniciaron investigaciones del nacimiento de Cristo, lo cual marcaría el inicio de la celebración de la Navidad. De ahí en adelante se priorizaron los registros de nacimiento y las celebraciones de cumpleaños. (Leyva, 2012)

Todos los niños demuestran gran interés en el momento de celebrar su cumpleaños, el mismo que estimula su creatividad, sus ganas de aprender y de divertirse al mismo tiempo. De acuerdo a la UNICEF los niños tienen derecho al ocio y a la cultura, es decir, tienen derecho al juego, al descanso, a las actividades recreativas y culturales. (UNICEF, 2004)

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Entre las teorías a analizar se encuentra la del consumidor con respecto a las preferencias y la elección; la cual explorará las proposiciones del consumidor, el mismo que es aquel agente que posee un plan o una canasta deseada de consumo y que para hacerlo efectivo debe superar dos tipos de restricciones; precios y la riqueza individual. (Ávalos, 2010)

Las teorías del comportamiento del consumidor tienen como objetivo guiar a la empresa en la dirección de las variables del consumo de los clientes; conducta que se ve manipulada la mayoría de veces por lo que el mercado oferta. En el ámbito económico, según J. Marshall, el objetivo de la teoría es la maximización del beneficio, en donde el consumidor escoje entre la opciones procurando que esta siempre sea la mejor, es decir, calidad- precio. Por el lado Financiero de la empresa, ese consumo es la variable más importante de los ingresos. (Jaime Rivera, Victor Molero, Jaime Rivera Camino, Rolando Arellano Cueva, Víctor Manuel Molero Ayala, 2009)

La empresa se guiará con la teoría del servicio y calidad la cual se enfoca en la mejora continua, concepto y componentes y sobre todo la calidad en los servicios de las empresas, debido a que es su diferenciación y valor agregado. (Martha Elena Vargas Quiñones y Luzángela Aldana de Vega, 2007)

Otra teoría importante de resaltar es la del aprendizaje social de los niños, la cual también se conoce como el Modelo Cognitivo de Aprendizaje Social, desarrollada por Albert Bandura, la misma indica que los niños aprenden a comportarse a través de la observación y la interacción social, antes que la instrucción verbal. (Unidad de Salud de Adolescentes, División de Promoción y Protección de la, 2001)

1.8.3 Marco Conceptual

Fiesta: Reunión de gente para celebrar algún suceso, o simplemente para divertirse.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Heurístico: Reunión de gente para celebrar algún suceso, o simplemente para divertirse.

Cohesión: Acción y efecto de reunirse o adherirse las cosas entre sí o la materia de que están formadas.

Desarrollo intelectual: Psi. Cifra que expresa la inteligencia relativa de una persona y que se determina dividiendo su edad mental por su edad física.

- Conceptos extraídos del Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. (El Pleno de los académicos, 2011)

Interacción social: lazo o vínculo que existe entre las personas y que son esenciales para el grupo, de tal manera que sin ella la sociedad no funcionaría.

1.8.4 Marco Legal

El objeto de estudio se encuentra en la Constitución del Ecuador, Sección Quinta Niñas, niños y adolescentes, artículos 44,45 y 46. Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia. (ECUADOR, 2008)

De igual manera la Constitución declara en el Capítulo 2 Art. 23 los derechos civiles establecidos, que garantiza a las personas “La libertad de empresa, con sujeción a la ley”, a continuación se detallan las leyes que se relacionan en este negocio:

1. Ley de Compañías
2. Ley de la Propiedad Intelectual
3. Ley de Régimen Tributario Interno
4. Código Penal
5. Código Civil
6. Código del Trabajo

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

7. Superintendencia de Compañías

9. Servicio de Rentas Internas

10. IESS

1.8.5 Marco Lógico

Tabla 1: Marco Lógico

Objetivos	Indicadores	Fuentes	Supuestos
General: Analizar la viabilidad para la creación de una empresa desarrolladora de eventos infantiles	· Porcentajes de la TIR	· Estados Financieros	· Cambios en la industria del entretenimiento
Objetivos específicos	Indicadores	Fuentes	Supuestos
Específico 1: Identificar la situación actual de la industria del entretenimiento en la ciudad de Guayaquil.	· Ciclo de vida en el mercado.	· Análisis del ciclo de vida del servicio en la industria	· Servicio en etapa de saturación.
Específico 2: Desarrollar un plan operativo eficiente para el apropiado manejo y funcionamiento de la empresa.	· Cantidad de problemas y tiempos de solución.	· Operacionalidad del negocio.	· Riesgos, demanda insatisfechas.
Específico 3: Conocer la rentabilidad de la empresa evaluando sus indicadores financieros.	· Utilidad, TIR, VAN, PAYBACK.	· Razones financieras.	· No obtener la utilidad mínima esperada.
Resultados: Rentabilidad del trabajo de titulación	· Determinar márgenes de ganancias, precios y costos	· Estudio de Mercado y Financiero	· Incrementación de costos de productos por la Economía
actividades	Insumos	Costes	
Establecer un presupuesto necesario para el inicio de las actividades de la empresa	· Compara los precios y costos de productos principales como decoración y repostería.	· Costos para el desarrollo de cada una de las actividades de la empresa (animación, transportación, logística)	· Aumento de costos administrativos. Las cotizaciones no determinan el costo final de cada actividad
Analizar los costos	· Cotizaciones de activos fijos		
Ampliación de servicios y productos			

Elaborado por: Melissa Luque

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

1.9 Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

Tabla 2: Hipótesis y preguntas de la investigación

Hipótesis	Preguntas
A los padres de familia les agrada las actividades, productos y servicios típicos o modernos	¿Qué productos y servicios les gustaría adquirir para la fiesta?
Entre las exigencias de los anfitriones se encuentran la innovación en servicios y productos.	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio? ¿Tipo de calidad de productos? ¿Experimentarían juegos y actividades nuevas?
Los temas de fiestas infantiles tradicionales tienen mayor demanda que los que están en boga.	¿Cuáles son los temas infantiles preferidos por los niños?

Elaborado por: Melissa Luque

1.10 Cronograma

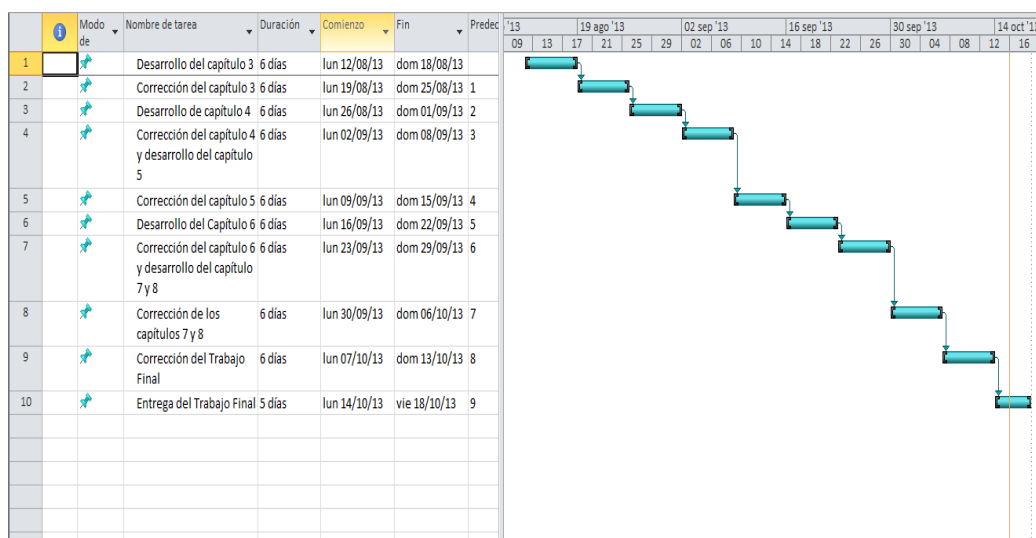


Ilustración 1: Cronograma Trabajo de titulación

Elaborado por: Melissa Luque

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1 Análisis de la Oportunidad

En vista de la gran demanda de tiempo que se debe dedicar a la realización de fiestas infantiles, se ha optado por brindar un servicio completo de organización de eventos que no solo garantiza una alta calidad; sino también una variedad de servicios y productos innovadores asegurándose de que su cliente final quede totalmente satisfecho y disfrute en su plenitud el evento. Cabe indicar que cada fiesta será personalizada, es decir, los servicios y productos adquiridos se desarrollarán al gusto del cliente. Hoy en día las madres ecuatorianas dedican gran parte de su tiempo a sus trabajos y actividades de desarrollo personal, siendo esto un impedimento para dedicarse al 100% a la organización de las fiestas de sus hijos.

Cabe recalcar que se busca promover las preferencias y tendencias nuevas en cuanto a decoración, temas, servicios, animación, alimentos y demás servicios o productos. Cada una de las ideas las expondrán los clientes y serán implementadas acorde a la temática.

El siguiente trabajo de titulación también resalta su interés en generar plazas de trabajo para el sector ecuatoriano, específicamente en sectores artesanales, los cuales son soportados por el Ministerio de Inclusión Económica y Social, y muchas asociaciones pro -artesano.

2.2 Descripción de la Idea de Negocio

El presente trabajo de titulación se enfoca básicamente en la asesoría a los padres de familia para el desarrollo de fiestas infantiles, es decir, se expondrán una gama de ideas temas, invitaciones, sorpresas, bocaditos, decoración, juegos e incluso la selección de locales o parques de juegos infantiles en la ciudad de Guayaquil o sus

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

alrededores para el desarrollo de eventos; de donde se podrá seleccionar de acuerdo al gusto de los infantes y poder adquisitivo de los padres.

Una vez seleccionados los productos, se los enviará a los nuestros proveedores de decoración para su desarrollo y posteriormente se los almacenará hasta el día del evento.

La actual idea de negocio ofrecerá los siguientes servicios: asesoría, entrega de invitaciones, recipientes, decoración, almacenamiento y transportación de los mismos el día del evento al local, gestión de compra de utensilios y demás productos para la fiesta, rellenar sorpresas y servicio de alimentos y bebidas.

La propuesta de negocio funcionará los 365 días del año; sin embargo es importante recalcar que la empresa sólo se comprometerá con la organización del evento si este es solicitado con dos meses de anticipación, de esta manera se asegura una buena planificación y desarrollo.

2.3 Descripción de la Idea de Producto o Servicio

Se expondrá un catálogo con productos nacionales en donde se deberá seleccionar los productos que se deseen para el evento, entre estos se encuentra la decoración, recipientes, envases para las sorpresas, globos metalizados, dulces, entre otros. Una vez seleccionado los productos, se realizará la respectiva compra y se los almacenará.

Almacenamiento y Transportación de los productos para la fiesta: Todos los productos se los acopiará y se los transportará al local con anticipación (mínimo 2 horas antes des evento) para la respectiva decoración. Entrega de invitaciones: Se realizará la entrega personalizada (con o sin el cumpleañero) de las invitaciones para la fiesta.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Gestión de compra de utensilios y demás productos para la fiesta: a medida que se seleccionen los productos se realizará su gestión de compra para su posterior almacenamiento hasta el día del evento.

Sorpresas: se empacarán las golosinas en fundas, cajas, o envases para las sorpresas y de igual manera que el servicio anterior se las almacenará hasta el día del evento.

Parte de los productos que se ofrecerán son:

- ✓ Bocaditos de sal.
- ✓ Bocaditos de dulce.
- ✓ Tortas.
- ✓ Decoración.
- ✓ Animación.
- ✓ Logística.
- ✓ Almacenamiento.

Cabe indicar que todos estos productos se los enviará a hacer a nuestros proveedores de repostería y decoración con dos semanas de anticipación; los colores, tamaños y cantidades dependerán del cliente y tamaño del local.

2.4 Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión

Cubrir las necesidades de los clientes en lo que respecta a productos y servicios de fiestas infantiles.

Visión

Liderar el mercado de servicios de asesoría y organización de fiestas infantiles.

Valores

Dentro de los valores de la compañía se encuentran: la autenticidad, amabilidad, comunicación, confianza, creatividad, confianza, integridad y sobre todo el respeto.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

2.5 Objetivos de la Empresa

2.5.1 Objetivo General

Desarrollar fiestas infantiles únicas e inolvidables para niños y niñas, facilitando su organización a los padres de familia.

2.5.2 Objetivos Específicos

- ✓ Incrementar las ventas anuales un 5%.
- ✓ Proveer el servicio a 2 tipos de eventos más, es decir eventos empresariales, organización de bodas, espectáculos.
- ✓ Aumentar la variedad de artículos de decoración.

2.6 Estructura Organizacional

2.6.1 Organigrama



Ilustración 2: Organigrama

Elaborado por: Melissa Luque

2.6.2 Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Administrador

- ✓ Edad: Entre 24-30 años.
- ✓ Sexo: Indistinto.
- ✓ Estado Civil: Indistinto.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

- ✓ Estudios Profesionales en Administración o Carreras afines.
- ✓ Idioma: Ingles- Español.
- ✓ Experiencia en desarrollo de actividades a fines al puesto.

- ✓ Licencia de Conducir.

Organizadores

- ✓ Edad: de 23 a 30 años.
- ✓ Sexo: Indistinto.
- ✓ Estado civil: Indistinto.
- ✓ Estudios profesionales en Administración o carreras a fines.
- ✓ Experiencia mínima de un año en cargos similares.

- ✓ Licencia de Conducir.

Ayudantes

- ✓ Edad: de 20 a 25 años.
- ✓ Sexo: Indistinto.
- ✓ Estado civil: Indistinto.
- ✓ Estudios bachillerato o estudios universitarios en curso.
- ✓ Licencia de conducir.

2.6.3 Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, responsabilidades, y Derechos

Administrador: Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar y coordinar el trabajo de la empresa; además de contratar al personal adecuado y la llevar la contabilidad.

- ✓ Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- ✓ Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; así como también de las funciones y los cargos.
- ✓ Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- ✓ Participa en la creación del "plan general de desarrollo anual", en coordinación con la dirección.
- ✓ Elabora el presupuesto de ingresos y egresos.
- ✓ Realiza y aprueba el pago de honorarios, impuestos, mantenimiento, renta y demás gastos relacionados con la actividad de la empresa.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

- ✓ Lleva la contabilidad financiera y se encarga de emitir la información correspondiente.

Organizadores: Estarán a cargo de la mayor parte de la organización del evento que le sea asignado; entre sus funciones se encuentran: planeación y presupuesto de ventas reclutamiento, selección y entrenamiento de la fuerza de ventas. Planeación y presupuesto de las compras de los artículos para las fiestas y demás productos.

- ✓ Planificación del evento.
- ✓ Reuniones con el cliente para selección de productos, temas, y servicios.
- ✓ Informe mensual de avances en cada evento.
- ✓ Hacer pedidos y contratación de servicio y productos que desee el cliente.

Ayudantes: Serán un soporte para su inmediato superior.

- ✓ Recepción y envío de productos.
- ✓ Montaje de la decoración el día del evento.
- ✓ Actividades varias designadas por su superior.
- ✓ Compensación, motivación y dirección de la fuerza de ventas.
- ✓ Análisis del volumen de ventas, costos y utilidades.
- ✓ Monitoreo del ámbito de la comercialización.
- ✓ Motivación, planeación y dirección de la fuerza de compras.
- ✓ Análisis de los costos de los productos y servicios a contratar y utilidades.
- ✓ Organización y logística de los productos de los clientes.

Cabe indicar que los organizadores deberán derivar varias de sus obligaciones a sus ayudantes.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

3 ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1 Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1 Generalidades (Tipo de Empresa)

La idea de negocio se enfoca en brindar un servicio de asesoría y organización de eventos en la ciudad de Guayaquil, principalmente infantiles. Para ello se proponen temáticas nuevas, productos innovadores, servicio de alta calidad y sobretodo originalidad en cada uno de los eventos.

A fin de poder adquirir el servicio es importante recalcar que este negocio solo se comprometerá a ofrecer el mismo, si es solicitado con mínimo de 2 meses de anticipación.

Parte de los servicios y productos que ofrece este trabajo de titulación son: la logística, el almacenamiento, productos comestibles y de decoración.

La empresa se constituirá con el formato de sociedad anónima, con el nombre de Innovaeventos.

3.1.2 Fundación de la Empresa

La empresa iniciará sus actividades como persona natural. Con el fin de obtener el capital se procederá con la venta de acciones. Los accionistas gozarán de los beneficios y derechos que les otorga la Ley de Compañías, y de igual manera deberán cumplir con las obligaciones que ésta les imponga.

Objeto Social:

- ✓ Producción y comercialización de alimentos y bebidas en general.
- ✓ Provisión de los servicios de organización de fiestas infantiles, ferias y demás eventos de entretenimiento.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

- ✓ Proporcionar servicio de asesoría.
- ✓ Importar, manufacturar y comercializar artículos de decoración.

3.1.3 Capital Social, Acciones y Participaciones

El capital social de la compañía será inicialmente de \$5, 000,00 los cuales se distribuirán en 4 acciones, es decir, con un costo de \$1.250,00 cada una, y con derecho de participación del 25 % en la compañía. Cabe indicar que la compañía se regirá sobre este tema con lo expuesto el Art. 15 de la Ley de Compañías del Ecuador, el cual indica: “La Compañía Anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.” (SC, 1999)

En los capítulos posteriores se detallarán los gastos de inversión y el total del capital necesario para iniciar las actividades laborales.

3.1.4 Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

De acuerdo a lo señalado en la Ley de Compañías, la junta ordinaria, cuyo objetivo principal es definir el destino de las utilidades obtenidas anualmente, se realizará durante los primeros tres meses del año; de no ser posible su realización durante este período, se lo podrá realizar posteriormente siempre y cuando se trate el tema anteriormente expuesto. Por lo contrario, las juntas extraordinarias, las cuales se podrán citar en cualquier período del año, expondrán otros temas de interés de la compañía.

Para ambos tipos de juntas, las convocatorias serán escritas y publicadas en uno de los diarios de mayor circulación de la ciudad de Guayaquil, con al menos 8 días de anticipación. Luego de la primera convocatoria, la junta general la cual se llevará a cabo únicamente si se presentan más del 50% de los participantes del capital social; de no ser así se convocará a una segunda junta en la cual participarán los presentes, sin importar

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

el porcentaje de accionistas. Toda junta será registrada en un acta escrita en donde se adjuntarán los nombres de los asistentes y las resoluciones alcanzadas. (SC, 1999)

3.1.5 Compañías Extranjeras

Este punto no aplica para la compañía que este trabajo de titulación propone, puesto que no es de procedencia extranjera; sin embargo si fuese una compañía extranjera, se deberán realizar los trámites correspondientes en las instituciones públicas con las que deba tener obligación, como la Súper Intendencia de Compañías, Servicio de Rentas Internas, entre otros.

3.1.6 Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores

Este punto no aplica para la compañía que este trabajo de titulación propone, sin embargo en caso de pretender hacerlo en un futuro, deberá inscribirse y presentar todos los requisitos que la Ley del Mercado de Valores exigir para su registro en el Artículo 20.- De la inscripción en el Registro del Mercado de Valores. (La Comisión de Legislación y Codificación, 2006)

3.2 Aspecto Laboral de la Empresa

3.2.1 Generalidades

Este trabajo de titulación propone implementar una empresa, la cual contará inicialmente con 7 colaboradores distribuidos en las siguientes áreas: un Administrador, 2 organizadores y 4 ayudantes. El administrador tiene entre sus obligaciones tomar las mejores decisiones para la empresa y pelear por sus intereses, también es responsable de los recursos monetarios de la empresa y gestionar las obligaciones de la misma, es decir, el pago de permisos, patentes, sueldos y salarios y demás. Los organizadores tienen como misión promover el servicio y los productos a ofrecer, organizar y montar cada uno de los eventos contratados. Así mismo, la búsqueda constante de los proveedores con los mejores precios y calidad; adicionalmente estará a cargo de la gestión de adquisición de bienes para la empresa.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

3.2.2 Mandato Constituyente #8

El mandato constituyente número 8 indica la eliminación y prohibición de la tercerización, intermediación laboral, contratación laboral por horas o cualquier forma de precarización de las relaciones de trabajo. Sin embargo, se formaliza mediante contratos de tipo civil, con personas naturales o jurídicas para contratar servicios disímiles a la actividad principal de la empresa. (MRL, 2013)

3.2.3 Tipos de Contrato de Trabajo

Todos los contratos contendrán una cláusula de prueba donde se establecerá un plazo de 90 días (período de prueba), dentro de este período cualquiera de la partes puede dar por terminada la relación laboral sin el pago de indemnización. A partir de los 3 meses de prueba se procederá con la firma de un segundo contrato por 1 año, si así el empleador lo crea conveniente para la empresa. Posterior al año, se firmará un tercer contrato por tiempo indefinido. Este contrato se lo celebrará dependiendo del desenvolvimiento del colaborador.

3.2.4 Obligaciones del empleador

De acuerdo al código de trabajo, título uno, capítulo 4, artículo 42 parte de los incisos de las obligaciones del empleador que la compañía debe cumplir son:

I.- Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;

VII.- Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzcan;

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

VIII.- Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado;

XIII. Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra;

La compañía se compromete al cumplimiento de sus obligaciones no solo porque así la ley lo demanda, sino por cuidar y proteger los intereses y derechos de su cliente más importante, el trabajador. (MRL, 2013)

3.2.5 Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración

La décimo tercera remuneración es el beneficio que recibe todo trabajador en relación de dependencia, la cual corresponde a la doceava parte de las remuneraciones que hubiere percibido entre el 1 de diciembre y el 30 de noviembre del siguiente año.

De acuerdo al Art. 111 del Código de Trabajo- Derecho a la décimo tercera remuneración o bono navideño.- Los trabajadores tienen derecho a que sus empleadores les paguen, hasta el veinticuatro de diciembre de cada año. Cabe indicar que las remuneraciones se calcularán de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 95 del código en mención.

El décimo cuarto sueldo de acuerdo al Art. 113.- Derecho a la décimo cuarta remuneración, es una bonificación anual semejante a una remuneración básica mínima unificada para los trabajadores en general y su fecha máxima de pago es hasta el 15 de marzo en las regiones de la Costa. (MRL, 2013)

3.2.6 Fondo de Reserva y Vacaciones

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

El código de trabajo Capítulo XI, Parágrafo 1ro. Del fondo de reserva Art. 196.- Derecho al fondo de reserva conviene que todo trabajador que preste servicios por más de un año tiene derecho a un mes de sueldo o salario por cada año completado posterior al primero de sus servicios. El valor correspondiente por año de servicio se obtendrá de acuerdo con lo señalado en el artículo 95 del código mencionado.

Los colaboradores que hayan cumplido un año de trabajo, tendrán derecho a 15 días de descanso ininterrumpido; tal como lo estipula el Art. 69.- Vacaciones anuales del código de trabajo. Además, a partir del quinto año de trabajo podrán gozar de un día adicional por cada año trabajado. Cabe indicar que estas vacaciones no se facilitarán en los meses de diciembre y enero debido a la posible demanda de trabajo. (MRL, 2013)

3.2.7 Asociaciones de Trabajadores

Parte de los derechos de los trabajadores es la libertad de asociación tal como lo dice el Art. 440 del código del trabajo TITULO V Capítulo I, de las asociaciones de trabajadores Párrafo 1ro. Estas asociaciones son integradas por los trabajadores de una empresa para velar y defender sus intereses económicos, sociales y profesionales.

Existen dos tipos: los sindicatos y los comités de empresas, los cuales se conforman con la mitad de los trabajadores siempre y cuando estos no sean menos de 30. (MRL, 2013)

3.2.8 Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo

El Art. 42.- Obligaciones del empleador, del código de trabajo, los empleadores tanto públicos como privados, que cuenten con mínimo 25 trabajadores, están obligados a contratar, por lo menos, una persona con discapacidad, para desarrollar labores permanentes que se consideren apropiadas dependiendo de sus conocimientos, condición física y aptitudes individuales. (MRL, 2013)

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

3.3 Contratación Civil

3.3.1 Principios Básicos de la Contratación

Es un convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras para prestar servicios lícitos y personales, bajo su dependencia. Cabe indicar, que toda contratación debe ser remunerada, y en su convenio se debe establecer su valor así como las condiciones, obligaciones, tiempos, plazos, y debidos procedimientos a seguir. (MRL, 2013)

3.3.2 Contratos de Prestación de Servicios

Los contratos de prestación de servicio serán muy importantes para la compañía que se busca constituir, puesto que se realizarán constantes contrataciones de meseros y animación. Para todo este personal se realizarán los respectivos contratos en los cuales se especificarán los nombres de las personas, el motivo de su contratación (para que se lo contrata) ej.: mesero; fecha y hora, la forma de pago y sus obligaciones y derechos. (MRL, 2013)

3.3.3 Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios

Las principales cláusulas de los contratos serán las siguientes: Intervinientes, antecedentes, objeto del contrato, procedimiento, plazo del contrato, precios, cláusula de confidencialidad, solución de controversias, firmas y fechas. Estas son detalladas en el ejemplo de un contrato, el cual se encuentra en el [anexo 1](#).

3.3.4 Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación

El arbitraje es la forma de resolver conflictos sin acudir a un juez. Sin embargo, para resolver el conflicto, las partes deberán acudir a un tercero (árbitro) para que, basándose en la equidad, disipe los problemas que hubiere. Cabe indicar que este procedimiento es más rápido y menos costoso para ambas partes, a diferencia del proceso judicial, el cual puede resultar muy engorroso; sin embargo se acudirá de no obtener resultados del arbitraje. (ADR Resources arbitraje y mediacion, 1996)

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

3.3.5 Generalidades de la Contratación Pública

Para el tipo de compañía que se busca implementar en este trabajo de titulación no aplicará la contratación pública en sus inicios; sin embargo de ambicionar en un futuro se deberá estar pendiente de su procedimiento el cual actualmente consiste en la inscripción en el Instituto Nacional de Contratación Pública (INCOP) y la habilitación en el portal de compras públicas. (MRL, 2013)

3.3.6 Contrato de Confidencialidad

Esta empresa no realizará contratos de confidencialidad, puesto que en cada uno de los contratos que se realicen, se estipulará una cláusula la cual especifica la privacidad que debe tener la contra parte para con la empresa.

3.4 Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1 Código de Ética

A fin de brindar un excelente servicio para esta empresa, se desarrollará un código de ética de gran importancia tanto para los trabajadores como para los clientes. El mismo que busca una forma de conducta no solo correcta, sino también honesta, leal e imparcial.

Este código será presentado a cada uno de los empleados y se exteriorizará a fin de que los clientes también tengan conocimiento de los principios éticos de la empresa.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Tabla 3: Indicadores de Gestión

Indicadores de Gestión								
Objetivo	Indicador	Aplicación	Determinación	Frecuencia	Fuente	Meta	Variaciones	Responsable
Conservar los estándares de calidad	Cumplimiento de políticas y estándares	Determinar el cumplimiento de los estándares de calidad tanto en productos como en servicio.	# de quejas de clientes + # de observaciones del organizador	Por evento	Informes de Organizador	0	0 = excelente 1 - 3 = aceptable 4 - 7 = menos que aceptable más de 7 = inaceptable	Organizadores
Conseguir procesos efectivos de promoción de la marca	Número de menciones gratuitas en medios de comunicación	Determina la importancia de la presencia de la marca en medios de comunicación	# de reportajes gratuitos en medios de comunicación	Semestral	Informe de medios	5	4-5= excelente 3= aceptable 2 = menos que aceptable menos de 2 = inaceptable	Administrador
	Número de seguidores y menciones en redes sociales	Determina la fortaleza de la presencia de la marca en redes sociales	# de seguidores y menciones en redes sociales	Mensual	Informe de redes sociales	250	250 -200 = excelente 200 - 100 = aceptable 100 - 50 = menos que aceptable menos de 50 = inaceptable	Administrador
Mejorar el ambiente laboral de la empresa	% satisfacción de clientes internos (trabajadores)	Determina si los trabajadores están a gusto con su trabajo y la empresa	(# clientes internos satisfechos / total clientes internos) * 100	Mensual	Encuesta de opinión	100%	100% - 90% = excelente 89% - 75% = aceptable 74% - 65% = menos que aceptable menos de 65% = inaceptable	Administrador
Capacitación de clientes internos para mejorar e innovar los productos y servicios de la empresa	Horas de capacitación reales	Determinar las horas de capacitación y su implementación en los trabajos de la empresa	(# de horas de capacitación por persona / # total de horas ofrecidas) * 100	Trimestral	Fichas de asistencia	100%	100% - 90% = excelente 89% - 70% = aceptable 69% - 50% = menos que aceptable menos de 50% = inaceptable	Organizadores
Cumplimiento de Objetivos	% cumplimiento de objetivos	Determinar los objetivos propuestos y cumplidos.	(# de metas alcanzadas / # de metas establecidas) * 100	Semestral	Estados financieros y otros informes	100%	100% - 90% = excelente 89% - 75% = aceptable 74% - 65% = menos que aceptable menos de 65% = inaceptable	Administrador

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

De incumplir por dos ocasiones los indicadores se lo sancionará. Esta sanción puede ser monetaria o sustituyendo sus responsabilidades.

3.4.3 Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios

La política salarial de la empresa tiene como base el salario mínimo impuesto por las normas vigentes, se respetarán las tasas de aumento salarial acorde a los cargos de los trabajadores y estas serán pagadas un día antes de cada quincena. Además se pagarán los beneficios sociales de ley, los cuales son: décimo tercera remuneración, décimo cuarta remuneración, vacaciones, fondos de reserva, afiliación y aporte patronal al IESS.

3.4.4 Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación

La comunicación de la empresa se divide en dos tipos o dimensiones: interna y externa. La interna será mediante correos electrónicos y reuniones semanales, en donde se expondrán las responsabilidades para la semana próxima, los logros de cada uno de los trabajadores obtenidos en de la semana pasada y lo que se deberá mejorar; de igual manera los colaboradores podrán solicitar explicaciones y soluciones a inquietudes que tuvieren.

Por otro lado, la externa será con los medios de comunicación y clientes. Para los medios de comunicación (Revistas, redes sociales, correo electrónico) se difundirá información de las innovaciones de la empresa. Debido a que la comunicación con los clientes es muy importante, esta se realizará vía telefónica y por correo electrónico, a fin de mantenerlos informados del progreso de sus eventos y también recordarles que nuestros productos y servicios están siempre disponibles para ellos.

3.5 Propiedad Intelectual

3.5.1 Registro de Marca

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

La marca, logo y demás símbolos propios de la compañía se registrarán en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, a fin de proteger la identidad de la compañía y asegurar los derechos legales de uso de los símbolos de identidad. El costo del registro inicial de los símbolos se encuentra detallado en el punto 3.7. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2013)

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.

3.5.2 Manual de Procesos Productivos

La empresa no posee procesos productivos, a pesar de que venden productos, estos no son desarrollados por la empresa, sino por personas externas. Sin embargo, cada uno de los productos deberán cumplir con la calidad que caracteriza a la empresa; producto que no este dentro de los parámetros de calidad no serán aceptados bajo ningún concepto.

3.5.3 Derecho de Autor del Proyecto

Este trabajo de titulación " Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil ", está protegido bajo el derecho de autor, sólo con el hecho de haber sido creado y publicado. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2013)

3.5.4 Patente y-o Modelo de Utilidad

Este punto no aplica puesto que la empresa no ha creado ni modificado ningún proceso o modelo de utilidad que deba ser patentado. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2013)

3.6 Seguros

3.6.1 Incendio

Los seguros contra incendio sirven como respaldo de siniestros, que garantiza la cobertura por incendio, explosión, daños por agua, etc., causados por posibles incendios que hubiese.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

3.6.2 Robo

Este tipo de póliza sirve como respaldo para pérdidas materiales por causa de robo o asalto. No se adquirirá este tipo de seguro para la compañía.

3.6.3 Fidelidad

Este seguro acoge cualquier acto engañoso como: desfalco, falsificación, robo o cualquier acto similar que sea penado por ley y que produzcan daños económicos. Al igual que los anteriores este seguro no será adquirido por la empresa.

3.6.4 Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato

Este tipo de seguro protege al asegurado por el mal uso que haga la otra parte del anticipo otorgado, para fines que no sean estipulados en el contrato. Por otro lado el seguro por cumplimiento de contrato protege el riesgo de violación de contratos celebrados entre dos partes.

Ningún seguro mencionados anteriormente será pactados para el desarrollo de este trabajo de titulación.

3.6.5 Maquinarias y Equipos

Este seguro cuida las maquinarias y equipos que tuviere la compañía, sin embargo no se lo contratará puesto que la compañía no produce ningún producto.

3.6.6 Materia Prima y Mercadería

Este seguro ampara la materia prima y mercadería de la compañía sin embargo no se lo contratará para el desarrollo de esta empresa.

3.6.7 Presupuesto

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Tabla 4: Presupuesto de sueldos y salarios

Sueldos y Salarios							
Cargo	Sueldo / año	13ro Sueldo / año	14to Sueldo / año	Vacaciones / año	Fondo de Reserva / año	Aporte Patronal / año	Gasto / año
ADMINISTRADOR	\$ 9.000,00	\$ 750,00	\$ 318,00	\$ 375,00	\$ 750,00	\$ 1.003,50	\$ 12.196,50
ORGANIZADOR 1	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$ 225,00	\$ 450,00	\$ 602,10	\$ 7.445,10
ORGANIZADOR 2	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$ 225,00	\$ 450,00	\$ 602,10	\$ 7.445,10
AYUDANTE 1	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 159,00	\$ 318,00	\$ 425,48	\$ 5.354,48
AYUDANTE 2	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 159,00	\$ 318,00	\$ 425,48	\$ 5.354,48
AYUDANTE 3	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 159,00	\$ 318,00	\$ 425,48	\$ 5.354,48
AYUDANTE 4	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 159,00	\$ 318,00	\$ 425,48	\$ 5.354,48
Total	\$ 35.064,00	\$ 2.922,00	\$ 2.226,00	\$ 1.461,00	\$ 2.922,00	\$ 3.909,64	\$ 48.504,64

Elaborado por: Melissa Luque

Tabla 5: Presupuesto de Gastos de Propiedad Intelectual

Gastos De Propiedad Intelectual	
Registro De Marca Y Símbolos Identitarios	\$ 116,00

Elaborado por: Melissa Luque

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

4 AUDITORÍA DE MERCADO

4.1 PEST

Político

Los factores políticos más relevantes para la compañía son: el apoyo del gobierno al emprendimiento y la supresión de la terciarización. Con respecto al emprendimiento, en el Ecuador el gobierno creó un programa mediante el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad el cual ayuda mediante capacitaciones y financiamiento a ciudadanos de todo el país que deseen incursionar en el mundo de negocios introduciendo un servicio o producto nuevo innovador y altamente diferenciado, además de posibilidades para internacionalizarse. (MCPEC, 2012)

Por otro lado el Gobierno creó el mandato constituyente # 8 el cual tiene como objetivo la eliminación y prohibición de la tercerización, o cualquier forma de precarización de las relaciones de trabajo. (Asamblea Contituyente, 2008)

Económico

En el ámbito económico, los principales factores son: la inflación, el consumismo y las tasas de interés. La inflación del mes de julio 2013 en el Ecuador fue de 2.38% según el Banco Central. La tasa de interés activa del período del mes de julio fue 8.17% y se ha mantenido desde octubre del 2011. De la misma manera, se ha mantenido la tasa de interés pasiva la cual es de 4.53%. Cabe indicar que ambas pueden variar dependiendo el tipo de crédito a recibir.

El índice de confianza del consumidor registró para el mes de julio una disminución de 1.1 puntos en relación a julio 2013 para ubicarse en 46 puntos. (Banco Central del Ecuador, 2013)

Social

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

El ámbito social y demográfico refiere que Ecuador tiene una población de aproximadamente 15 millones de habitantes, de los cuales en el cantón Guayaquil se registraron 347.802 nacidos vivos en el 2011 y se registra una población estimada de 15.266.431 para el 2013. (INEC, 2011)

También es importante las tendencias y estilos de vida de los habitantes ya que dependiendo su desenvolvimiento, gustos y preferencias adquirirán ciertos productos.

Tecnológico

De acuerdo a Ecuador en cifras, en el año 2011 tuvieron acceso a internet 205.877,035 habitantes de la provincia del Guayas. Otro ámbito tecnológico importante de resaltar es la tendencia de las computadoras y el uso de las mismas ya sean con o sin internet, además de la tendencia de las líneas telefónicas y la televisión. Todos estos factores han tenido un crecimiento considerable año tras año, puesto que facilita la investigación, haciéndola más rápida y diversa. De igual manera los medios de comunicación que permiten desenvolvimiento de las personas de una manera moderna y eficiente hacia el mundo de los negocios. (Ecuador en Cifras, 2013)

4.2 Macro, Meso y Micro

Macro

El aspecto macro analiza la situación actual del Ecuador, país en donde se desarrollará el presente Trabajo de titulación. Ecuador tiene un territorio de 283.561 kilómetros cuadrados y una población de 14'483,499, de los cuales aproximadamente el 42% goza de trabajo según las estadísticas del año 2010 del INEC. (INEC, 2011) Dicha cifra tiene como objetivo incrementarse a fin de mejorar los estilos de vida de los ecuatorianos. Para ello el gobierno ha implementado proyectos de emprendimiento y promoción de productos y servicios ecuatorianos, a fin de explotar el conocimiento que los habitantes son capaces de desarrollar, y por consecuente crear plazas de trabajo.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Meso

En el aspecto meso se analizará la industria en la que la empresa se desenvuelve. De acuerdo al alcance vertical el servicio que provee Party World, el cual se enfoca en la diversión, recreación y socialización, podría clasificarse en la industria del arte, entretenimiento y recreación. Y en lo que respecta al alcance geográfico se clasifica como dentro del Ecuador.

La industria en la que se desenvuelve este negocio representó el 0.50% de los ingresos anuales percibidos por ventas o prestación de servicios. (Ecuador en Cifras, 2010)

Micro

La competencia para la empresa en la ciudad de Guayaquil varía, puesto que existen muchas que ofrecen los mismos servicios de Party World, y además otras que ofrecen parte de los servicios, como animación, decoración, alimentos y bebidas. Otro tipo de competencia son aquellas empresas que organizan todo tipo de eventos y de los cuales incluyen los infantiles.

Entre los competidores más relevantes, por la similitud de servicios que ofrecen y enfoque, se encuentran Play and Jump y Magic Time. Sin embargo, hay otros como Eventos Infantiles Muñequita Andy y el Castillo de la Diversión. Cabe resaltar que en la ciudad existen personas que ofrecen este servicio de forma informal.

4.3 Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria

De acuerdo al último censo económico realizado en el país, se registró que en el año 2010, los ingresos anuales percibidos por ventas o prestación de servicios en lo que respecta a la industria de arte, entretenimiento y recreación representada con el código R fue del 0.25%.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

De acuerdo con una encuesta realizada por la firma Pulso Ecuador los ecuatorianos desembolsan un aproximado del 8% de sus ingresos para su entretenimiento. (Pulso Ecuador, 2006)

Lo que respecta a importaciones no aplica para este trabajo de titulación, puesto que la empresa es netamente ecuatoriana, desarrollada y desempeñada por y para los ciudadanos de este país.

4.4 Análisis del Ciclo de Vida del Mercado

El análisis del ciclo de vida del mercado se concentra en la demanda a la que se destina el servicio que se ofrece. Este ciclo se clasifica en 5 diferentes etapas las cuales son: introducción, crecimiento, madurez, saturación y declive.

Este tipo de servicio se encuentra en la etapa de madurez ya que en los últimos años se ha innovado en un gran porcentaje los productos y servicios, sin embargo se podría decir que el mercado aun no se encuentra saturado; una de las razones es la expansión de la ciudad, lo cual representa para este tipo de compañía nuevas oportunidades de expansión.

4.5 Matriz BCG

De acuerdo a las cifras arrojadas por el censo realizado en el 2010, la industria a la que pertenece esta empresa se encuentra como interrogante debido al poco impacto en el mercado.

En relación a la empresa, debido a que el servicio no es nuevo en el mercado, se lo considera como un servicio interrogante dentro de la matriz Boston Consulting Group.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

A fin de que se convierta en un servicio estrella, este primero deberá transitar por su etapa de crecimiento, en donde no solo se ampliarán los servicios y productos sino también ampliar su mercado, es decir, no solo ofrecer el servicio para fiestas infantiles sino también para otros tipos de eventos como empresariales y bodas.

Para el análisis, se consideran los 4 servicios principales que se ofrecerán, los cuales son: asesoría, decoración, repostería y tarjetería; todos personalizados. Dentro de la matriz se sitúa como producto estrella la decoración, debido a que su inversión es alta pero sus ingresos no lo son del todo por la amplia participación de mercado. Sin embargo, la repostería y tarjetería se consideran como producto vaca lechera, debido a su variedad y la gran rentabilidad que generan para la compañía. Por último, la asesoría se sitúa como producto perro, a pesar a que hay muchas empresas en Guayaquil que ofrecen este servicio, son poquísimas las que se enfocan en fiestas infantiles.

BCG



Ilustración 3: Matriz BCG
Elaborado por: Melissa Luque

4.6 Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Debido a que la demanda de todo producto o servicio no es igual durante su ciclo de vida, se realizará un análisis con el fin de conocer sus variaciones en relación a los requerimientos de clientes.

Etapa de Introducción: En esta etapa se realizará la introducción del servicio al mercado a fin de que los posibles futuros clientes tengan conocimiento del servicio y productos que la empresa ofrece.

Etapa de Crecimiento: Durante esta fase, el producto ya es reconocido en el mercado, adicionalmente se busca su mejora y ampliación a fin de incrementar sus ventas, sin olvidar enfatizar su innovación y diferenciación.

Etapa de Madurez: Durante esta fase el servicio es reconocido a plenitud no solo por sus clientes y posibles clientes sino también por su competencia. De igual manera su incremento en la rentabilidad permite a la empresa invertir bienes, lo cual la beneficia y fortalece su credibilidad.

Etapa de declive: En este período las ventas pueden caer y los precios con frecuencia bajan; este lapso no es deseable para Party World, ya que debido a su constante invención tanto en productos como en servicios se espera que la empresa se estabilice en su etapa de madurez. (L Wheelen,J David Hunge, 2007)

La empresa que se propone para este trabajo de titulación se encuentra en la etapa de introducción. Debido a que Party World es una empresa nueva, y a pesar de que brinda servicios similares a los que otras ofrecen, todos los productos y servicios de la empresa comprenden un valor agregado y, además propone innovación en cada uno de ellos.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

4.7 Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter: Conclusiones de la Empresa y su Poder de Negociación.

Competidores: Existe una variedad de opciones de servicios de organización de eventos que tiene el consumidor a elegir, pero el riesgo de amenaza disminuye cuando se mide el profesionalismo de Party World, la calidad de los productos y los servicios que se ofrecen. De lo que se puede deducir, que la rivalidad de los competidores existente es alta y la empresa deberá implementar estrategias inteligentes a fin de llegar al mercado que se planea.

Nuevos entrantes: La amenaza de nuevos entrantes es alta debido a la atractividad del negocio, en los últimos años debido a su rentabilidad, en el norte de Guayaquil se ha creado una cantidad considerable de locales para realizar eventos infantiles y que además, brindan los servicios de organización.

Sustitutos: La amenaza de los sustitutos son aquellos locales que ofrecen como parte de sus servicios la decoración, alimentación, animación y más. Sin embargo, el valor agregado de Party World y la calidad de sus productos, declinan esta posible intimidación.

Proveedores: Con los proveedores se implementará una estrategia de ganar-ganar; en donde la empresa adquiera los productos de alta calidad a precios de distribuidor y el proveedor obtiene una rotación constante de sus productos. En lo que respecta al poder de negociación, se lo considera bajo puesto que son pocos los proveedores que se ajustan a la calidad de productos que requiere la empresa, y estos ya tienen establecidos precios fijos.

La misma estrategia empleada a los proveedores se aplicará a los clientes; ofreciendo un excelente servicio acompañado de productos con precios justos. Por lo mencionado, para los clientes el poder de negociación es bajo debido a que los precios de Party World no son negociables.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Del análisis se puede concluir que pese a que no es un mercado del todo nuevo, la especialización del negocio si lo es; esto amplía las oportunidades en el mercado y de igual manera lo vuelve atractivo para nuevos competidores. Las estrategias y valores agregados del servicio convierten a la empresa más competitiva e interesante para la demanda.

4.8 Análisis de la Oferta

4.8.1 Tipo de Competencia

La competencia en el mercado de las fiestas infantiles es bastante cuantiosa ya que más que en cualquier otro sector de la ciudad de Guayaquil, en el norte se encuentran la mayoría de locales de fiesta que brindan parte de los servicios que ofrece Party World. De igual manera con las empresas y personas que ofrecen el servicio de asesoría.

Se considera competencia directa a todas las empresas que ofrecen el servicio de organización y asesoría de fiestas, indiferentemente de su enfoque, es decir, las que brindan el servicio para todo tipo de eventos. De igual manera a los locales de fiestas infantiles ya que hoy en día a fin de diversificar sus servicios, también ofrecen el servicio de decoración e incluso de alimentos.

La competencia indirecta apunta a los locales que comercializan los productos para la decoración puesto que a pesar de que no brindan todos los servicios que Party World ofrece, en lo que respecta a decoración, dominan las variedades, precios y calidades.

4.8.2 Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

El mercado real está comprendido por un grupo de personas que tienen la necesidad del servicio, les interesa y tienen los recursos para adquirirlos. Por otro lado

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

el mercado potencial tiene necesidad del servicio, posee los recursos y podría estar interesada en adquirirlo. (Puro Marketing, 2013)

El mercado real de la empresa Party World son todas las madres del Ecuador que poseen los recursos económicos para adquirir este tipo de servicio, y el mercado potencial está definido por todas las madres de familia de la ciudad de Guayaquil que además de poseer los recursos económicos adquirirían el servicio.

4.8.3 Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

Tabla 6: Características de los competidores

Empresa	Liderazgo	Antigüedad	Ubicación	Productos Principales
Play and Jump	Marca reconocida	2 años	C.C. Plaza Nova, Víctor Emilio Estrada 820 e Higueras	Animación, decoración, local
Magic Time	Marca no reconocida	4 años	Alborada 5ta. Etapa Mz. DJ Villa 3	Animación, decoración, repostería
Km Eventos	Marca reconocida	20 años	http://www.kmeventos.net	Decoración, Logística
Mundo Fiesta	Marca no reconocida	-	costa@mundofiestaecuador.com	Decoración, Logística
El Castillo de la diversión	Marca reconocida	12 años	Cdla. La Garzota mz. 22 v. 21	Local, Decoración y Animación

Elaborado por: Melissa Luque

4.8.4 Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

La estrategia del competidor principal Play and Jump, es la implementación de una gran variedad de juegos inflables nunca antes vistos. También utilizan una estrategia de precios poco común en este mercado, el cual consiste en precios por niño, al momento tienen el precio de \$9.95 por niño.

Como contra estrategias Party World se enfocará en brindar un servicio completo con productos de altísima calidad. Con respecto a los precios, se establecerán paquetes para 24 niños a fin de que a la hora de adquirir los productos, se las realicen al por mayor para así abaratar costos y que los precios sean asequibles para los clientes.

4.8.5 Análisis de la Demanda

En este punto se examinará el comportamiento de la demanda, las posibles cantidades vendidas al mercado en un periodo determinado.

4.8.6 Segmentación de Mercado

El servicio que propone la empresa, no es un servicio masivo ya que no todas las personas se encuentran con posibilidades económicas para adquirirlo; motivo por el cual a continuación se delimita el mercado.

4.8.6.1 Criterio de Segmentación

Los criterios de segmentación bajo los cuales se ha decidido segmentar el mercado son los siguientes:

- ✓ Geográfico: habitantes del sector norte de la Guayaquil exclusivamente.
- ✓ Demográfico: madres de familia con niños de 0 a 12 años de edad.
- ✓ Socioeconómico: medio típico, medio típico ascendente.
- ✓ Pictográfico: Interesados en contratar los servicios de asesoría y organización para fiestas infantiles.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

4.8.6.2 Selección de Segmentos

De acuerdo a los criterios de segmentación del punto anterior se ha escogido el siguiente segmento de mercado: mujeres, madres de familia que trabajen, interesadas en adquirir asesoría y/u organización para eventos infantiles, con productos de altísima calidad, que ostenten posibilidades económicas y se inclinen por dejar sus eventos en manos de profesionales.

4.8.6.3 Perfiles de los Segmentos

Se ha considerado las madres de familia que trabajen y no disponen de tiempo suficiente para la organización de las fiestas de sus hijos.

4.9 Matriz FODA

Tabla 7: Matriz FODA

FODA	Fortalezas <ul style="list-style-type: none">• Nuevos servicios.• Productos de alta calidad.• Profesionalismo.	Debilidades <ul style="list-style-type: none">• Experiencia como empresa.• Posicionamiento en el mercado.• No disponer de local.
Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Innovación constante en servicios y productos.• Mercado especializado limitado.	Estrategia FO <ul style="list-style-type: none">• Desarrollar una campaña publicitaria que resalte el fuerte de la empresa y enfatice la calidad de los productos.	Estrategia DO <ul style="list-style-type: none">• Enfatizar el valor agregado de la empresa y ser la primera y mejor opción del cliente.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Amenazas	Estrategia FA	Estrategia DA
<ul style="list-style-type: none">• Nuevos Entrantes.• Locales de fiestas infantiles.	<ul style="list-style-type: none">• Innovar constantemente los catálogos de productos y ampliar los servicios ofrecidos.	<ul style="list-style-type: none">• Realizar las mejores fiestas para ganar una reputación imponente.

Elaborado por: Melissa Luque

4.10 Investigación de Mercado

Con el fin de conocer el mercado en el que incursionará la empresa, se realizará una exploración de los aspectos más relevantes.

4.10.1 Método

Para la investigación de mercado se emplearán los métodos de investigación cuantitativa y cualitativa, debido a que los objetivos de la investigación buscan cuantificar y a su vez descubrir lo que el mercado demanda; de esta manera Party World podrá recibir la información necesaria para determinar costos, cantidades, gustos y demás temas de gran importancia para la implementación de este trabajo de titulación.

Para la parte cuantitativa se realizarán encuestas de las cuales se recopilará información básica y objetiva como preferencias y disposición a compra. Posterior a este análisis se realizará la parte cualitativa por medio de un grupo focal con el cual se busca profundizar el tema.

4.10.1.1 Diseño de la Investigación

4.10.1.2 Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que desean ser investigados)

Objetivo General

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Determinar los factores más relevantes para las madres de familia a la hora de elegir productos y servicios para la organización de las fiestas infantiles de sus hijos.

Objetivos específicos

- ✓ Conocer el nivel de aceptación del servicio frente a las madres de familia
- ✓ Identificar los gustos y preferencias de las madres y niños, a fin de determinar los productos potenciales.
- ✓ Determinar el porcentaje de madres que adquirirían el servicio.
- ✓ Identificar cantidades y precios de los productos y servicios.

4.10.1.3 Tamaño de la Muestra

Con el fin de determinar el número de personas a encuestar se aplicará la siguiente fórmula infinita:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{e^2 (N-1) + Z^2 pq}$$

Ilustración 4: Formula Finita

Elaborado por: Melissa Luque

En donde:

- ✓ n es el tamaño de la muestra: Cuantas encuestas deben realizarse.
- ✓ Z es el nivel de confianza: 95% (1.96).
- ✓ p es la variabilidad positiva: 50%.
- ✓ q es la variabilidad negativa: 50%.
- ✓ N es el tamaño de la población: 170.657 (madres de familia del sector norte).
- ✓ e es la precisión o el error: 5%.

La aplicación de la fórmula determinó que para el estudio de mercado se trabajará con un nivel de confianza del 95% y se deberán realizar 300 encuestas.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

4.10.1.4 Técnica de recogida y análisis de datos

4.10.1.4.1 Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)

Para este tipo de técnica de recolección de datos, se realizará un grupo focal en la ciudad de Guayaquil, donde se reunirá a madres de familia del sector norte. Este grupo focal tendrá una duración de 20 minutos.

A continuación se detallan los objetivos y preguntas que se formularán en el grupo focal.

Modelo del Grupo Focal.

OBJETIVOS DEL FOCUS GROUP

- ✓ Identificar los productos de decoración con más demanda.
- ✓ Conocer el porqué de la preferencia de las temáticas (Tradicionales y Modernas).
- ✓ Profundizar en los temas de repostería (tipos, sabores, diseños, tamaños).
- ✓ Conocer la opinión de los servicios innovadores (ej.: entrega de invitaciones, almacenamiento etc.).

Tabla 8: Conclusiones Focus Group

Preguntas	Conclusión de Respuestas
1.- ¿Qué productos de decoración utiliza en sus fiestas? (centros de mesa, muñecas, globos metalizados, guirnaldas, banners figuras en playwood o plumafón, etc.)	Las repuestas de la mayoría de las madres, coincidieron en que los artículos de decoración que más utilizan son los centros de mesa, tanto para principal como para las de los invitados, figuras en plumafón, manteles, y globos.
2.- ¿Porqué motivo prefiere los temas tradicionales o modernos?	Se prefiere los tradicionales por la variedad de artículos que se pueden adquirir; y los modernos porque por lo general están de moda y los niños se los piden.
3.- ¿Conoce alguna persona o empresa que ofrezca este servicio?	Sí, casi todos los locales de fiestas ofrecen este tipo de servicio.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

<p>4.- En lo que respecta a la repostería, es decir tortas y bocaditos ¿Cuáles prefiere y porque? ¿La torta le gusta falsas o verdaderas (fondant o glaseado) y porqué? ¿De cuantos pisos? ¿Qué sabores?</p>	<p>Las madres prefieren las tortas reales de fondant de 1 o 2 pisos, ya que le da un acabado de mejor calidad. Entre los sabores más apetecidos están los de chocolate, manjar y vainilla.</p>
<p>5.- ¿Qué le parece el servicio de entrega de invitaciones? ¿Que otros servicios le gustaría que tenga la empresa?</p>	<p>Es el más atractivo, puesto que es difícil para las madres transportarse de un lugar a otro para entregar las invitaciones. Otro servicio que sería muy atractivo para las madres es que después de las fiestas, se lleven los regalos a la casa del cumpleaños-a.</p>
<p align="center">Gracias por su atención.</p>	

4.10.1.4.2 Concluyente (Encuesta)

Para la investigación del mercado se realizarán 300 encuestas al mercado segmentado. Se formularán las preguntas las cuales serán explicadas por los encuestadores. A continuación se exponen los objetivos y cuestionario que se presenta al consumidor para recolección de la información.

OBJETIVOS DE LA ENCUESTA

1. Conocer el porcentaje de madres dispuestas a adquirir el servicio.
2. Determinar los precios y cantidades de servicios y productos.
3. Identificar gustos y preferencias.
4. Examinar el nivel de aceptación del servicio.

En el [anexo 2](#) se muestran las tarjetas utilizadas en las encuestas.

4.10.1.5 Análisis de Datos

Una vez realizadas las encuestas, se tabularán en el programa estadístico SPSS y los resultados por cada pregunta serán representados mediante gráficos. A continuación se muestran los gráficos de las preguntas realizadas en las encuestas.

1. ¿Podría decirnos cuántos hijos tienen? RU_____ (1)

Objetivo: Determinar el número de hijos en las familias actuales.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

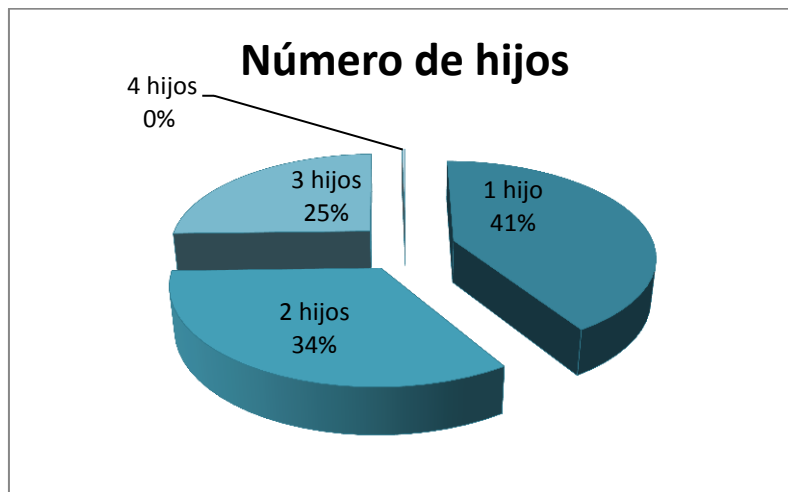


Gráfico 1: Porcentaje de número de niños por familia

Elaborado por: Melissa Luque

Análisis e interpretación:

De acuerdo a lo investigado, hoy en día las familias están compuestas por 3 o 4 miembros; es decir, padre, madre y uno o dos hijos máximo. Del 100% de las madres encuestadas el 41% tiene un solo hijo y el 34%, 2 y el 25% restante tiene más de 2 hijos.

2. Mirando ésta escala del 1 a 5, donde 1 es nada Importante y 5 Muy Importante, me puede decir que tan importante son las fiestas de sus hijos. RU (Presentar tarjeta) _____(2)

Objetivo: Comprobar la importancia de las fiesta de los hijos para las madres.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

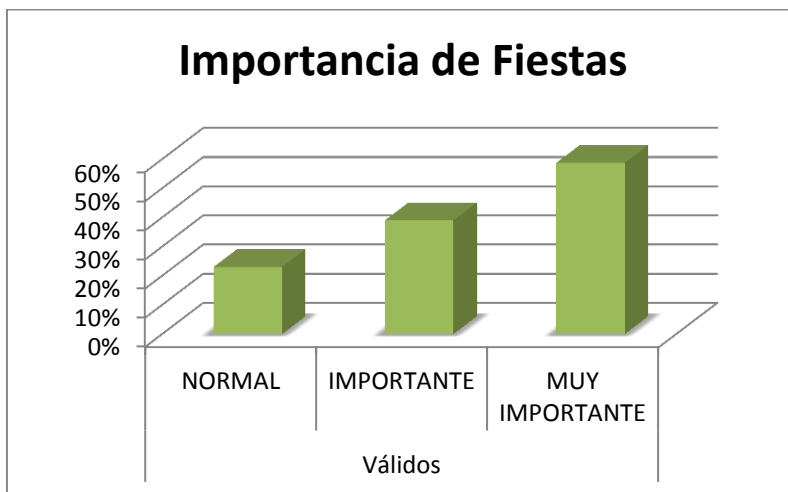


Gráfico 2: Importancia de Fiestas

Elaborado por: Melissa Luque

Análisis e interpretación:

Según las madres encuestadas para más del 50% las fiestas de sus hijos son muy importantes, sin embargo, también hubieron madres a las cuales este tipo de eventos no les de gran importancia ya que para poco más del 30% es importante y para menos del 20% no es ni importante ni nada importante.

3. ¿Hasta que edad le hace o le haría fiesta a sus hijos? RU _____(3)

Objetivo: Conocer hasta que edad las madres de familia estarían dispuestas a adquirir este servicio.



Gráfico 3: Edades hasta las que harían fiestas

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Elaborado por: Melissa Luque

Análisis e interpretación:

El 42% de las madres le realizarían fiestas a sus hijos hasta los 10 años.

4. ¿Con qué frecuencia asiste Ud. a las fiestas?RU(4)

Cada semana_____1

Cada quince días_____2

Cada mes_____3

Cada 3 meses_____4

Objetivo: Conocer la frecuencia con que las familias asisten a fiestas infantiles.

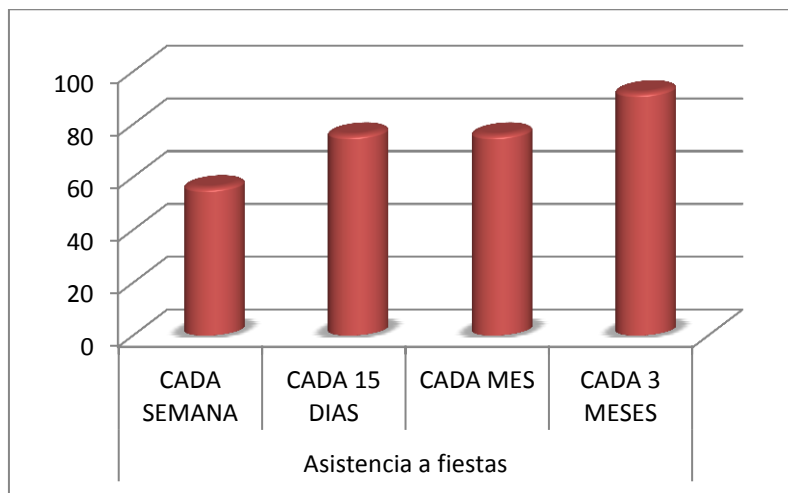


Gráfico 4: Frecuencia con la que asiste a fiestas infantiles

Elaborado por: Melissa Luque

Análisis e Interpretación:

De las 300 madres encuestadas, la mayoría asisten entre cada 3 meses y cada 15 días.

5. ¿En promedio a cuántos niños (as) Ud. invita? RU_____ (5)

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Objetivo: Conocer la cantidad de niños invitados por fiesta.

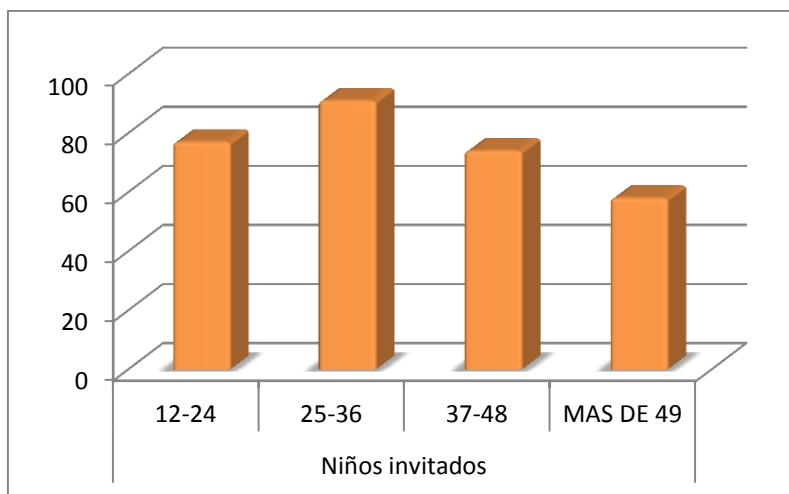


Gráfico 5: Cantidad de niños invitados

Elaborado por: Melissa Luque

Análisis e interpretación:

De acuerdo a lo investigado el promedio de niños invitados, sean estos varones o mujeres, es de 25 a 36.

6. ¿En promedio cuanto Ud. Suele gastar en la fiesta de su hijo(a)? RU _____(6)

Objetivo: Identificar el monto que gastan las madres en fiestas para establecer precios.

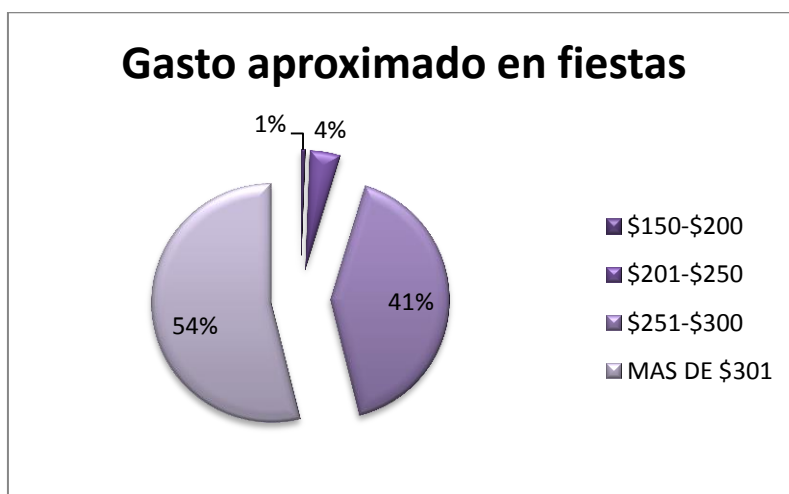


Gráfico 6: Gasto aproximado en fiestas

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Elaborado por: Melissa Luque

Análisis e Interpretación: El 95% de las madres de familia gastan más de \$250 en la realización de fiestas infantiles de sus hijos. Lo que para la compañía significa que deberá fijar sus precios de acuerdo a dicho valor.

7. ¿Cuáles temas para fiestas infantiles son de su preferencia? RU (Mostrar tarjeta con personajes)(7)

Objetivo: Identificar los temas de mayor demanda, clasificados por tradicionales y modernos.



Gráfico 7: Temas Preferidos

Elaborado por: Melissa Luque

Análisis e interpretación

Tanto los temas tradicionales como los modernos son de gran demanda para las madres de familia, lo cual indica que pese a la introducción de nuevos temas, los tradicionales siguen llevando la delantera en lo que a temática respecta.

8. ¿En qué lugares suele Ud. adquirir la decoración para la fiesta? RM (8-15)

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Objetivo: Conocer los lugares preferidos para adquirir la decoración de las fiestas.

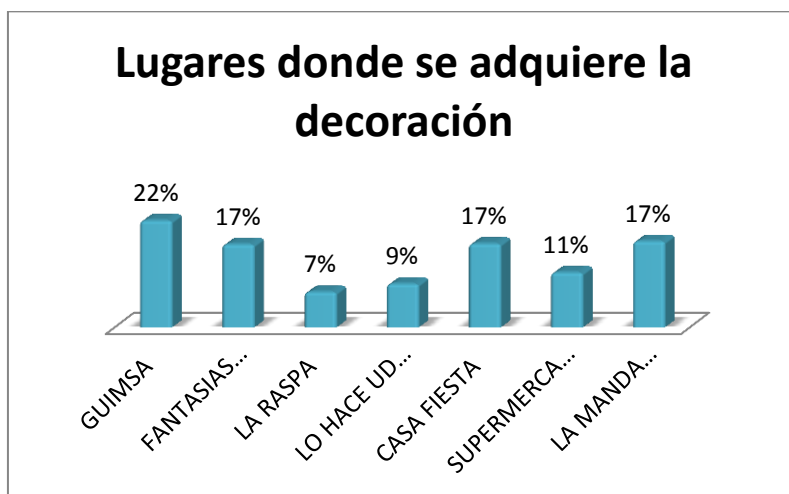


Gráfico 8: Locales de venta de decoración

Elaborado por: Melissa Luque

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados los lugares a los que más acuden la madres para comprar la decoración son: guimsa como primera opción, seguido por fantasías del conquistador, casa fiesta o la mandan hacer.

9. ¿Contrata Ud. servicio de animación? RU (16)

Objetivo: Comprobar que el servicio de animación es un servicio indispensable que la compañía debe ofrecer.

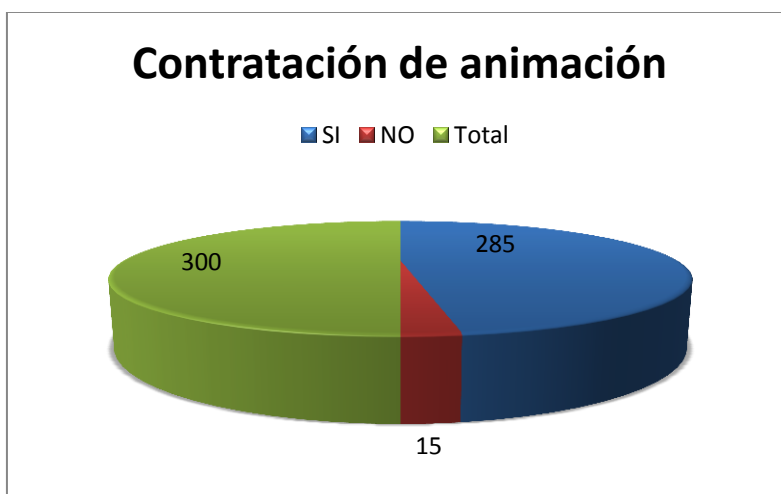


Gráfico 9: Contratación de Animación

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Elaborado por: Melissa Luque

Análisis e interpretación

De las 300 personas encuestadas, 285 aseveraron contratar algún tipo de animación, sean estos payasos, títeres, muñequitas u otros.

10. ¿De qué manera adquiere Ud. la repostería para la fiesta? RM

Objetivo: Conocer la necesidad de adquirir la repostería.

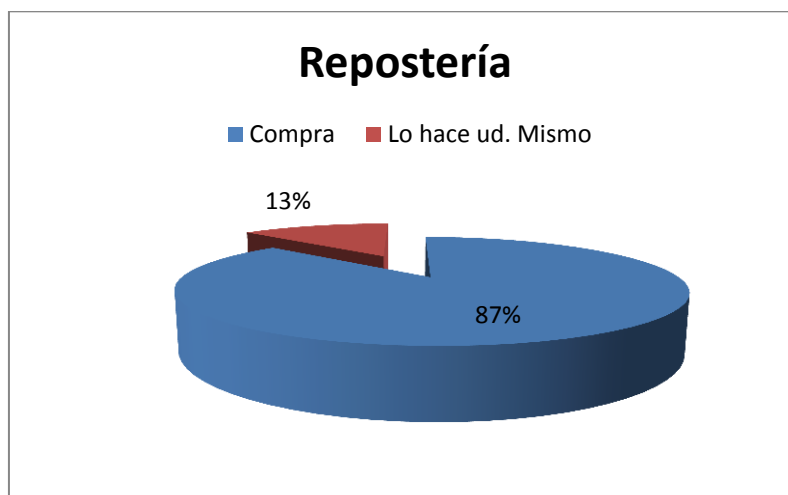


Gráfico 10: Adquisición de Repostería

Elaborado por: Melissa Luque

Análisis e interpretación

La repostería en su mayoría es comprada en pastelerías o a personas que se dedican a realizar postres.

11. Sólo realizar la pregunta 12, a los que señalaron compra en pregunta 11, los otros saltar a pregunta 14. En referencia a la pregunta anterior ¿Qué cantidad adquiere Ud. de la misma y cuánto suele gastar?

Bocaditos de sal _____19

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Bocaditos de Dulce _____20
Torta _____21

Objetivo: Conocer las cantidad de compra de bocaditos según su tipo y los tamaños de tortas más solicitados.

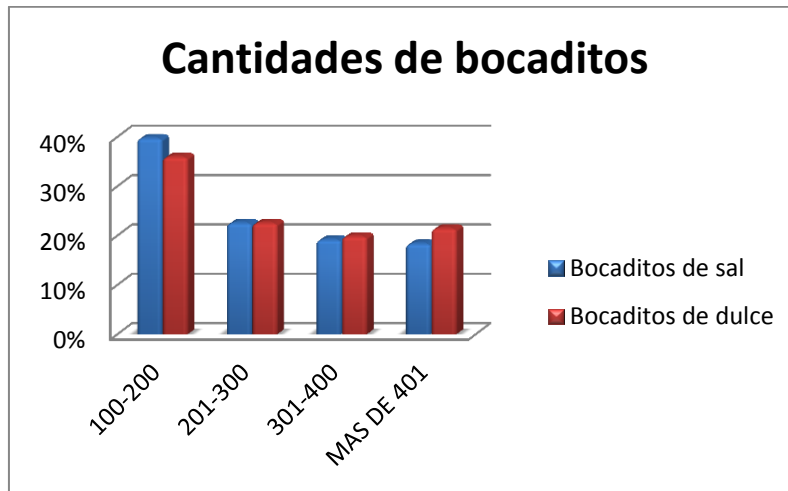


Gráfico 11: Cantidades de Bocaditos por tipos

Elaborado por: Melissa Luque

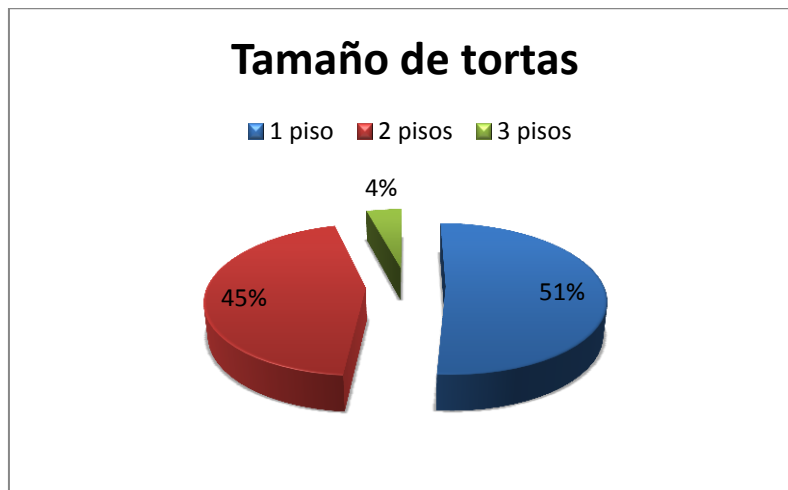


Gráfico 12: Tamaños de Tortas más adquiridos

Elaborado por: Melissa Luque

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

De acuerdo a lo investigado, las madres de familia por lo regular adquieren entre 100 y 200 bocaditos de cada tipo, y las tortas de 1 y 2 pisos.

12. Mirando esta escala del 1 a 5, donde 1 es me desagrada mucho y 5 me agrada mucho, me puede decir el nivel de agrado que siente por este trabajo de titulación. RU _____(22)

Objetivo: Conocer la percepción de los posibles clientes ante la propuesta.



Gráfico 13: Nivel de Agrado

Elaborado por: Melissa Luque

Análisis e interpretación

De los encuestados, a al menos un 80% les agrado la idea de negocio.

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes paquetes? (Presentar Tarjeta)

Asesoría _____ (23)

Paquete Balloons _____ (24)

Paquete Pinata _____ (25)

Paquete Party Favor _____ (26)

Objetivo: Conocer la disposición de pago por cada uno de los paquetes de servicios.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

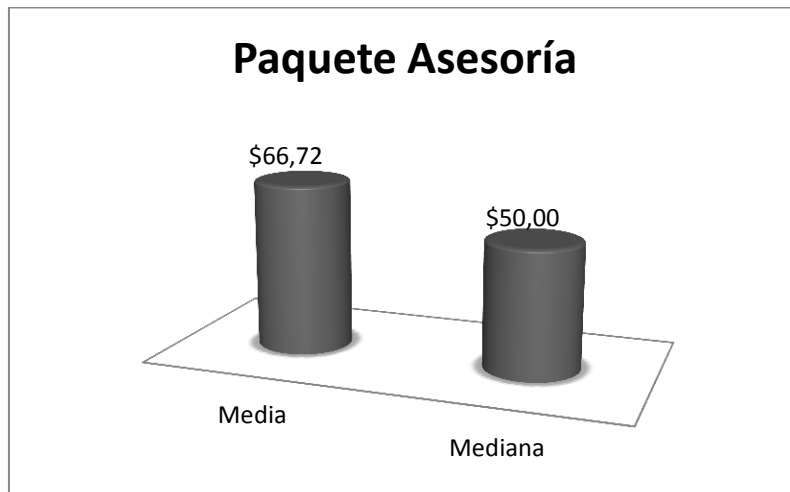


Gráfico 14: Disposición de pago paquete Asesoría

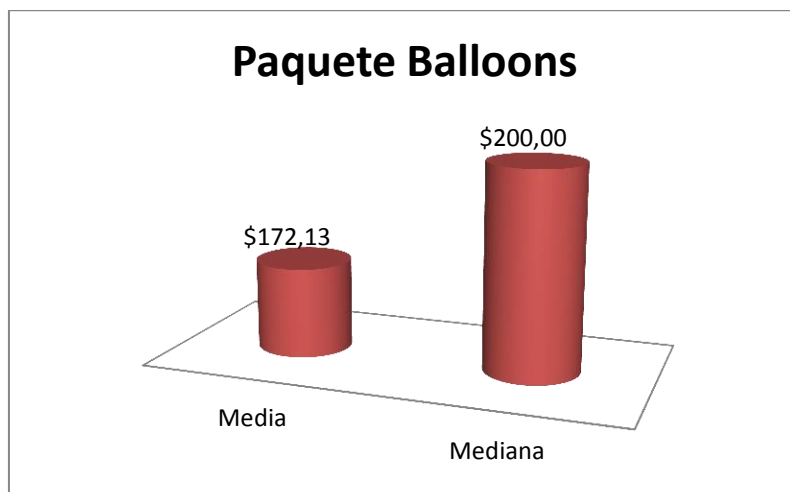


Gráfico 15: Disposición de pago paquete balloons

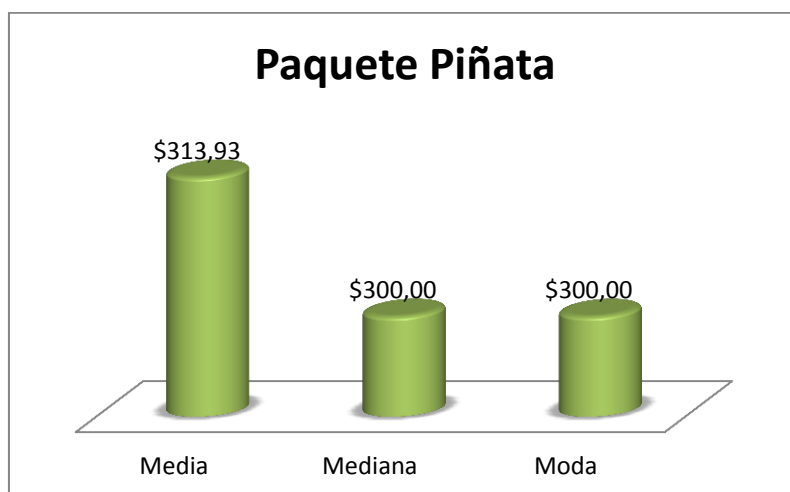


Gráfico 16: Disposición de pago paquete pinata

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

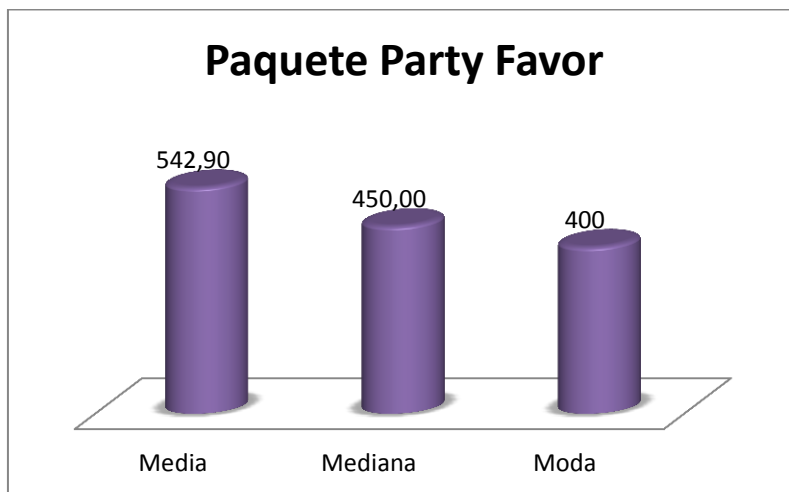


Gráfico 17: Disposición de pago paquete party favor

Elaborador por: Melissa Luque

Análisis e interpretación

De acuerdo a las madres entrevistadas, se fijaron los precios para cada uno de los servicios. P. Asesoría \$50, P. Balloons \$200, P. Pinata \$ 300 y P. Party Favor \$ 550.

14. ¿Cuál de estos paquetes Ud. escogería? (Mostrar tarjetas)(27)

Objetivo: Conocer el servicio más atractivo para las madres de familia.

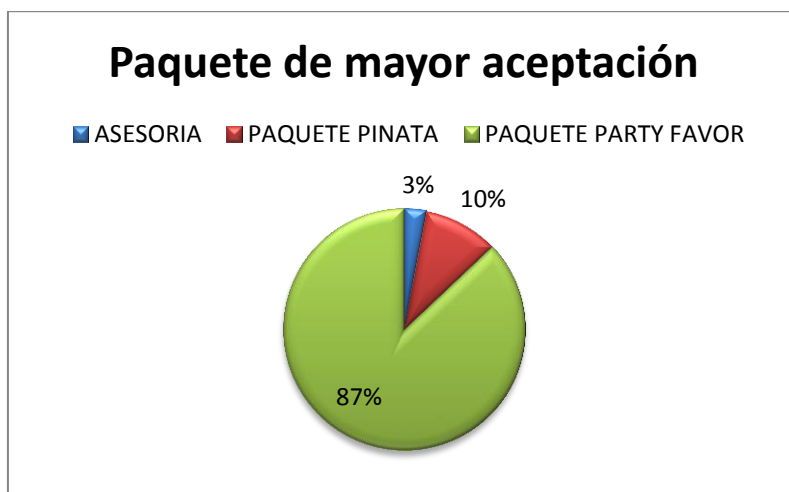


Gráfico 18: Paquete más atractivo

Elaborado por: Melissa Luque

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Análisis e interpretación

De acuerdo a lo investigado las madres de familia solicitarían el paquete Party Favor.

4.10.1.6 Resumen e interpretación de resultados

Una vez obtenidos los resultados, se observa que pese a que el servicio no es indispensable, muchas madres sí estarían dispuestas a adquirirlo no solo con la finalidad de ahorrar tiempo, sino también de ser unos excelentes anfitriones y ver a sus hijos disfrutar de una fiesta de ensueños. Los gráficos muestran los siguientes resultados a favor de la compañía:

- ✓ Hoy en día se puede decir que la mayor parte de los hogares han optado por crear familias cortas, es decir, tener uno o dos hijos máximos.
- ✓ El tema de los cumpleaños de sus hijos o actividades recreativas son de gran importancia, al punto de que lo celebran así sea con una pequeña reunión.
- ✓ La mayoría de las madres dieron como respuesta que les realizarían fiestas a sus hijos máximo hasta los 10 años, puesto que luego de esa edad las fiestas ya no les son atractivas.
- ✓ La cantidad de invitados promedio que se invitan a una fiesta es de 25 a 30 niños, para las cuales se tiende a invertir más de 300 dólares. Cabe indicar que los gastos dependerán no solo de la cantidad de invitados, sino también de los tipos de bocaditos, tortas, alimentos, etc.
- ✓ Con respecto a los temas, no existe una diferencia notable en lo que respecta a las preferencias, tanto las modernas como las tradicionales son de igual agrado.
- ✓ En cuanto a la decoración, las madres en su gran mayoría prefieren adquirirla en locales especializados del tema, de los cuales el más conocido y concurrido es Guimsa. Esta preferencia se debe a que existen muchas sucursales y variedad.
- ✓ De un total de 300 encuestas más de 280 madres confirmaron que contratan el servicio de animación, sean estos payasitos o shows. De igual manera sucede con la repostería de la cual se adquiere no menos de 200 unidades, sean estos de dulce o sal.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

- ✓ En lo que respecta a los tamaños de tortas, no se reflejó gran variación, según las encuestas muchas madres prefieren las de 1 solo piso o máximo 2; esto se debe a sus elevados precios.
- ✓ El paquete más atractivo fue el de Party Favor el cual incluye todos los servicios, desde la entrega de invitaciones, hasta el relleno de piñatas y sorpresas. Por éste paquete las madres están dispuestas a pagar en promedio \$450.

4.10.2 Conclusiones de la Investigación de Mercado

La investigación realizada concluye que el servicio es bastante atractivo para el mercado al que se quiere llegar. De acuerdo a las encuestas realizadas, más del 80% de las madres al menos les agrada la idea de la creación de una empresa que brinde este tipo de servicios.

En relación a los precios elegidos por las madres, son de medianos y de altos porcentajes, sin embargo estos se establecerán dependiendo de sus costos.

4.10.3 Recomendaciones de la Investigación de Mercado

Se recomienda realizar una campaña en la cual se resalte los servicios únicos que ofrece la empresa como el almacenamiento y entrega de invitaciones. Además, de publicidad o actividad en la que el consumidor pueda apreciar la calidad de los productos que se utilizan para realizar las fiestas.

Es también importante enfatizar la campaña publicitaria hacia familias con un solo hijo o hija, puesto que son estas, de acuerdo a la investigación, las que están más interesadas y dispuestas a adquirir el servicio por su inexperiencia.

4.10.4 Cuantificación de la Demanda

4.10.4.1 Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda potencial de la empresa son las madres de familia que trabajan y radican en el norte de la ciudad de Guayaquil. Sin embargo, de acuerdo a la

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

investigación realizada mediante encuestas y grupo focal ésta se enfatiza a madres primerizas.

Por otro lado la demanda insatisfecha es bastante amplia, puesto que también se identificó que hay madres que están dispuestas a adquirir el servicio pero no lo pueden hacer dado que no tienen los recursos.

4.10.5 Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca el Payback.

De acuerdo al censo económico realizado en el 2010, en la industria del entretenimiento, hubo un crecimiento en ventas del 0.25%; sin embargo a nivel de empresa se espera que anualmente las ventas incrementen en al menos un 5 %. Con respecto al payback, se espera que este sea por lo menos en los 5 primeros años de labores.

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

5 PLAN DE MARKETING

5.1 Objetivos: General y Específicos

Objetivo General

Desarrollar un plan de marketing, para promover la idea de negocio y acaparar clientes potenciales; mostrando los beneficios y valor agregado de cada uno de los productos y servicios.

Objetivo específico

- ✓ Captar por lo menos el 5% del mercado potencial.
- ✓ Considerar los costos de la campaña marketing.
- ✓ Realizar campañas de marketing, con el fin de promocionar los servicios de la empresa.

5.1.1 Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada

De acuerdo a Philip Kotler, en su libro "Dirección de Mercadotecnia" define mercado meta, como los clientes calificados y disponibles que una empresa desea captar. (Kotler, Dirección de Mercadotecnia, 2002)

El mercado meta de Party World se define como el número de madres de familia que viven en el norte de la ciudad de Guayaquil. Party World espera recibir una utilidad del 45% de los productos y servicios que ofrece.

5.1.1.1 Tipo y Estrategias de Penetración

El tipo de estrategia elegido para Party World es el de la diferenciación, puesto que, como se menciona en los literales anteriores, todos sus productos y servicios

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

poseen valor agregado, el mismo que será presentado a sus clientes para que se inclinen por su distinción.

5.1.1.2 Cobertura

La empresa busca cubrir el sector norte de la ciudad de Guayaquil. Cabe indicar que Party World espera acaparar el 5% de su mercado potencial es decir de las madres de familia.

5.2 Posicionamiento

De acuerdo a Óscar Fajardo, el posicionamiento es el perfil percibido por la clientela para con la empresa en comparación con la competencia. (Fajardo, 2008)

5.2.1 Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios.

Como estrategia de posicionamiento se implementará el fortalecimiento de la empresa en el mercado actual. Este fortalecimiento se logra cubriendo perennemente las expectativas de los clientes y además, cuando estos llegan a considerar que la empresa es la única capaz de cubrir sus expectativas. (O. C. Ferrell, 2006)

Los atributos de Party World ayudarán al proceso de posicionamiento puesto que, además de su continua innovación, busca satisfacer a sus clientes desarrollando sus ideas y convirtiendo sus sueños realidad.

Debido a que uno de los fuertes de la empresa es la calidad, no solo del servicio sino también de los productos que brindará a sus clientes, esta se deberá mantener como alta, con el fin de que no caiga la percepción de la misma ante los consumidores. Para lograrlo, la empresa deberá definir estándares de calidad que permitan no solo el cumplimiento del objetivo planteado, sino una mejora continua de los mismos.

5.2.2 Valoración del Activo de la Marca (BAV)

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

A fin de delimitar la valoración del activo de la marca, la cual es Party World, se requiere analizar los siguientes pilares: diferenciación, energía, relevancia, estima y conocimiento.

La diferenciación se apunta hacia el montaje de fiestas infantiles únicas, innovadoras y además al servicio ofrecido, el cual desde sus inicios busca la comodidad del cliente.

La energía, originalidad y personalización de cada una de las fiestas hacen que la marca demuestre su creatividad y se vuelva única en el mercado.

Relevancia: Un servicio completo de organización de eventos infantiles que facilita y provee a madres de familia, estilos y productos únicos que se ajustan a sus necesidades.

La estima resalta la percepción del cliente para con la empresa, en el caso de Party World, un grupo de organizadores profesionales que cubren sus necesidades y solicitan sus servicios, por la calidad y profesionalismo.

Por último, como conocimiento se busca que los clientes potenciales reconozcan la marca por su concepto, el cual abarca un universo de ideas, productos y servicios.

5.3 Marketing Mix

El marketing mix es el grupo de herramientas controlables y relacionadas entre sí, las cuales ayudan a los encargados del marketing para identificar y cubrir las necesidades del mercado, cabe indicar que este concepto fue introducido por Neil Borden en la década de 1950. (Inma Rodriguez (Coordinadora), 2006)

Con dichas herramientas se desarrollarán estrategias diferenciadoras, las cuales ayudarán a que los clientes identifiquen a la empresa de una manera más rápida, conozcan los servicios que ofrece, el lugar en donde podrían adquirirlos, e incluso confirmar la calidad de los productos que promete.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

5.3.1 Estrategia de Producto o Servicios

La estrategia de los servicios busca enfatizarse en el ciclo de vida de los mismos para de esta manera convertir la gestión de servicio en un activo estratégico. (ITIL V3, 2013)

Los servicios de la empresa se compararán con la moda, es decir que estos cambiarán dependiendo de lo que el mercado requiera y de lo que la industria permite ofrecer. Lo más importante de los productos que ofrece la empresa, es su personalización, es decir, que se ajustarán a lo que el cliente requiera, cuando y como lo necesite.

5.3.1.1 Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.

En este literal se realizará la descripción del servicio, puesto su enfoque no son los productos que comercializa.

Definición: Party World es una empresa dedicada a la asesoría y organización de fiestas infantiles, caracterizada por la alta calidad e innovación de productos y servicios. Dentro de sus servicios se encuentran: la entrega de invitaciones a domicilio, la decoración completa del local, sorpresas, animación, logística, globos, bebidas, alimentos, bocaditos, pasteles y más.

- ✓ Composición: organización, asesoría, montaje, transportación y almacenamiento.
- ✓ Color y Tamaño: no aplica.
- ✓ Imagen: Se creará una logo colorido y atractivo el cual figure la actividad laboral de la empresa.
- ✓ Slogan: Mi fiesta soñada.
- ✓ Servicio esencial: Asesoría y organización de eventos infantiles.
- ✓ Servicio real: Proporcionar tranquilidad a madres de familia a la hora de gestionar las fiestas de sus hijos.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

- ✓ Servicio Aumentado: Se provee un servicio el cual administra productos originales, innovadores y caracterizados por su alta calidad y profesionalismo.



Ilustración 5: Logo y slogan de la empresa

Elaborado por: Melissa Luque

5.3.1.2 Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.

El componente central del servicio es organización de eventos infantiles, el cual no posee empaque ni embalaje. Con la finalidad de conocer los requerimientos del cliente y ayudarlo cuando lo necesite, se creará una base de datos en la cual conste su información más relevante para poder contactarlos y así anualmente darles seguimientos en las fechas de cumpleaños de sus hijos.

Entre las condiciones de adquisición del servicio se estipula que éste debe ser solicitado con 2 meses de anticipación y cancelado en un 50% y el restante al inicio del evento. Para la transportación de los productos se adquirirá una mini van de la cual los costos se reflejarán en el estado financiero de la empresa.

5.3.1.3 Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

El empaque es la presentación final de un producto hacia el cliente el cual está compuesto por el diseño y producción de la envoltura. (Kotler, Dirección de Marketing, 2003) Debido a que el presente trabajo de titulación es el desarrollo de un servicio, este literal no aplica.

5.3.1.4 Amplitud y Profundidad de Línea

Amplitud: Asesoría y organización de eventos infantiles.

Profundidad de la línea: Por cada uno de los tipos, tamaños y cantidades de servicios que se ofrece, es decir, decoración, animación, bocaditos, torta, tarjetería, sorpresas, piñatas y demás.

5.3.1.5 Marcas y Submarcas

La marca con la cual se maneja todos los servicios que ofrece la compañía esta denominada Party World. Por el momento no se han creado submarcas de la misma, sin embargo, se pone en conocimiento el significado del término en caso que se requiera crear una posteriormente.

Submarcas es la creación de una nueva marca del servicio o producto, la cual ofrece lo mismo a un precio menor o incluso por debajo de los costos con el fin de mantener el reconocimiento de la marca principal en el mercado. (Valletta, 2000)

5.3.2 Estrategia de Precios

De acuerdo al libro Pricing: nuevas estrategias de precios, escrito por José de Jaime Eslava en el año 2012, existen dos tipos de estrategias de precios; la de reducción y la de subida.

La empresa posee dos tipos de precios los cuales se han fijado dependiendo de los tipos de la calidad y de la complejidad de sus productos o servicios. En lo que respecta a los servicios, el margen de utilidad para la empresa es mayor a la de los

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

productos. Sin embargo estos podrían ser modificados en el caso de la industria reduzca o incremente los precios.

5.3.2.1 Precios de la Competencia

La competencia más significativa para la empresa ha estipulado un precio por cada niño invitado de \$9,95. De acuerdo a lo investigado este precio es el más económico, lo que significa que incluye los servicios más básicos como decoración repostería y animación.

Otros competidores como los locales de fiestas han estipulados sus precios por productos es decir, las sorpresas tienen un precio, por ejemplo \$2,50 cada una, la piñata rellena \$35, la decoración de la mesa principal \$30 y así el cliente debe multiplicar los productos por cada invitado o por lo las cantidades que necesite. Esto representa un gasto mayor, ya que el cliente termina pagando más con este método que con el método por paquete, sea este por niño o por cantidad de niños.

5.3.2.2 Poder Adquisitivo del Mercado Meta

Para fines de este trabajo de titulación se ha estipulado en capítulos anteriores que el servicio es dirigido a un nivel socio-económico medio típico, medio-típico ascendente. Para profundizar más en el tema, madres de familia que trabajen y reciban una remuneración significativa que les permita adquirir este tipo de servicios. Puesto que es más factible que este tipo de clientes tenga la disposición de adquisición del servicio.

De acuerdo a la investigación de mercado realizada, las madres estarían dispuestas a pagar desde \$50 por el servicio más básico como lo es el de la asesoría, hasta más de \$550 por el más completo. De los cuales, este último fue el más solicitado, lo que nos indica no solo que las madres poseen del poder adquisitivo, sino también que invertirían este en el servicio que ofrece mayor comodidad.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

5.3.2.3 Expectativa de los Accionistas

La aplicación de las estrategias de precios es cubrir las expectativas de uno de los clientes más importantes para la empresa, como son los accionistas. Los precios deberán cubrir los costos y gastos operacionales de la empresa y adicionalmente dejar un margen de utilidad para asegurar su rentabilidad.

Adicionalmente, que estos atraigan a los clientes y se posicione como un precio justo ante los servicios y productos que se ofrecen. Por último, que permitan a la empresa recuperar su inversión inicial al menos durante los 5 primeros años de labores.

5.3.2.4 Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (kilo, tonelada), Términos de Venta, Métodos de Pago.

Los precios de los paquetes que ofrece la empresa están ligados a los tipos y cantidades de los servicios, así como también a las exigencias del cliente.

Tabla 9: Precios de Paquetes

Paquete	Servicios	Precio
Asesoría	<ul style="list-style-type: none">• Ideas Para Decoración Y Juegos• Cantidad Y Tipos De Repostería Según Invitados• Datos De Locales	\$ 50,00
Balloons	<ul style="list-style-type: none">• Paquete Asesoría• Decoración• Repostería• Tarjetería	\$ 200,00
Pinata	<ul style="list-style-type: none">• Paquete Balloons• Alimentación Y Bebidas• Piñata• Sorpresas	\$ 300,00
Party Favor	<ul style="list-style-type: none">• Paquete Pinata	\$ 550,00

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

	<ul style="list-style-type: none">• Animación• Premios• Almacenamiento Y Transportación	
--	---	--

Elaborado por: Melissa Luque

Las formas de pago, según fueron detalladas en literales anteriores, podrán ser en cheque certificado el primer pago y efectivo el saldo o ambas partes en efectivo. Cabe indicar que las transferencias bancarias y depósitos, están considerados como pagos en efectivos para la compañía.

5.3.3 Estrategia de Plaza

La plaza es el lugar donde se comercializará el servicio a los consumidores. Este lugar deberá estar ubicado estratégicamente para facilitar la ubicación a los clientes, proveedores y a todo lo que tenga relación con el negocio. (Crece Negocios, 2012)

5.3.3.1 Localización

En este punto se expondrá el país, ciudad, y sector en donde se ubicará el negocio.

5.3.3.1.1 Macro Localización

La macro localización responde al país y ciudad en donde se situará el negocio, es decir, en la ciudad de Guayaquil, provincia del Ecuador. Se ha elegido esta ciudad debido a su actividad económica, que según el último Censo Económico realizado en el 2010, representa el 17,4% a nivel nacional. (El Telégrafo, 2011) Sin embargo, se busca a futuro expandirse a otras ciudades del país para acaparar mayor parte del mercado.

5.3.3.1.2 Micro Localización

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Las oficinas de la empresa estarán situadas en el norte céntrico de la ciudad de Guayaquil. Se escogerá un lugar dentro de algún edificio de oficinas para garantizar seguridad y fácil ubicación de los clientes.

5.3.3.1.3 Ubicación

La oficina en donde se llevarán a cabo las actividades de la empresa será en el edificio Professional center, donde se pagará un alquiler mensual de \$500 aprox.

5.3.3.1.4 Distribución del Espacio



Ilustración 6: Distribución del espacio

Elaborado por: Melissa Luque

5.3.3.2 Sistema de Distribución Comercial

La empresa ofrecerá los productos a través de sus oficinas, en donde los clientes podrán asistir para adquirir los servicios o tendrán la facilidad de llamar para coordinar una cita, sea esta en sus trabajos o en sus hogares para organizar el evento.

La empresa cuenta con 2 organizadores, cada uno con 2 ayudantes, los cuales tienen como parte de sus responsabilidades toda la gestión comercial tanto con los clientes como con los proveedores.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

5.3.3.2.1 Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.

Debido a que el giro del negocio es un servicio, Party World no posee un canal de distribución por el mismo; sin embargo, si lo tiene para los productos que el servicio ofrece al consumidor, puesto que ninguno es elaborado por la compañía. El canal de distribución se lo expone en la siguiente ilustración.



Ilustración 7: Distribución de espacio

Elaborado por: Melissa Luque

5.3.3.2.2 Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.

Dentro de los proyectos futuristas de la empresa está la expansión a otras ciudades principales del Ecuador como Cuenca, Machala, Quito e incluso Portoviejo. Para cada una de estas nuevas oficinas se realizará un canal de distribución bastante similar al expuesto en el punto anterior.

5.3.3.2.3 Logística

La logística de la empresa es uno de los temas más importantes, puesto que Party World se dedica a la organización completa de fiestas. Por este motivo, se ha asentado que una vez que el cliente haya adquirido el producto, el organizador designado deberá realizar una lista con todos los artículos que el cliente decida adquirir, cabe indicar que en la lista se deberá especificar las cantidades, materiales, modelos y colores.

Luego de la lista antes mencionada, se deberá enviar a los ayudantes para que realicen la gestión de compra de los productos. Posteriormente se deberá citar al cliente para que apruebe lo adquirido y se lo almacenará en la bodega de la oficina hasta el día de la fiesta.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

El día de la fiesta la empresa deberá transportar todo hasta el local en el cual se realizará el evento por lo menos con dos horas de anticipación para que el organizador disponga del tiempo necesario para montar la decoración.

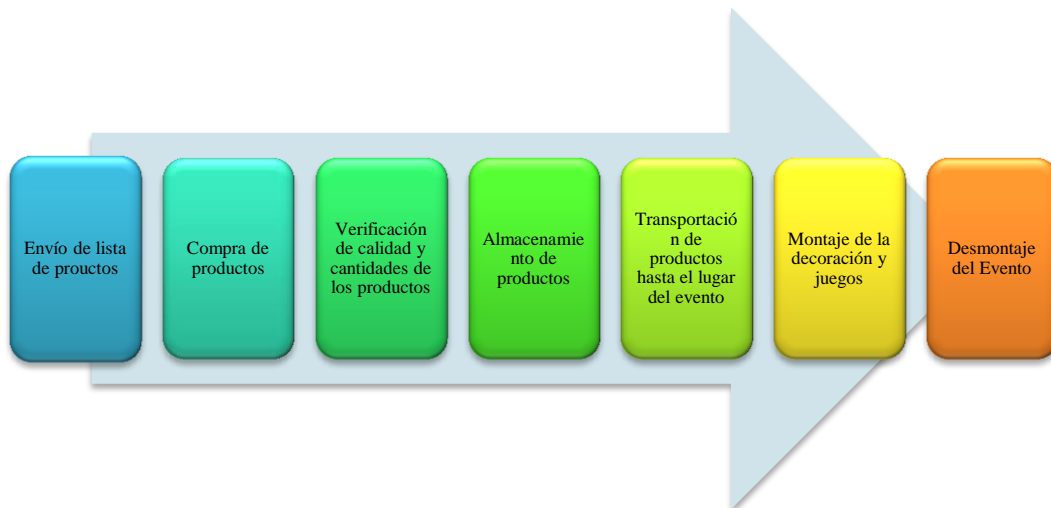


Ilustración 8: Logística

Elaborado por: Melissa Luque

5.3.3.2.4 Red de Ventas

Las redes de ventas desarrolladas por las compañías se componen por criterios como: productos, clientes, zonas geográficas o una combinación de todos estos. (Josefa Parreño Selva, Enar Ruiz Conde, Ana Belén Casado Díaz, 2008) Debido que para este negocio se realizará venta directa al cliente este literal no aplica.

5.3.3.2.5 Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones

Todos los clientes deberán recibir el debido respeto por parte de los colaboradores de la empresa y se espera lo mismo de ellos.

Los organizadores, deberán realizar seguimientos a los clientes no solo durante la preventa sino también luego de este proceso. Como se explica en capítulos anteriores la empresa desarrollará una base de datos en la cual se agendará los datos de los clientes

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

y de igual manera de sus hijos; para así año a año ofrecer el servicio previo al cumpleaños de sus hijos. También se solicitará al cliente luego de los eventos sus comentarios a fin de mejorar en cada uno de los puntos observados.

5.3.4 Estrategias de Promoción

Las estrategias de promoción buscan aumentar el número de consumidores, promover el producto, llegar a los consumidores y que estos conozcan los beneficios que ofrece la compañía. A continuación, se detallan las estrategias que utilizará Party World para promocionar sus servicios.

5.3.4.1 Estrategias ATL y BTL

La compañía no se inclinará por la promoción ATL debido a que el servicio que ofrece no es masivo, además por los altos costos que representaría para la empresa este tipo de promoción.

Sin embargo, las estrategias BTL si se ajustan a las necesidades de Party World. Se empezará por medios electrónicos como el internet, por sus bajos costos, y porque hoy en día las personas dedican la mayor parte de su tiempo a este medio. También se realizarán volantes, las cuales contendrán la información de la empresa como dirección y teléfonos, los productos y servicios e imágenes para que el cliente tenga una idea del trabajo que se realiza y su calidad.

5.3.4.2 Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje

Party World desea que sus clientes sientan que cuentan con una empresa que los ayudará en todo lo que respecta a la organización de eventos de sus hijos; a continuación se muestra la propuesta publicitaria.

5.3.4.3 Promoción de Ventas

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

De acuerdo al autor del libro Marketing, Ricardo Romero, promoción de ventas es un conjunto de gestiones comerciales que fortifican la venta y la publicidad, además persuaden el producto o servicio al consumidor.

5.3.4.3.1 Venta Personal

La venta personal se desarrollará por todos los medios por los que el cliente pueda comunicarse con los organizadores o viceversa. Estos medios son: personalmente en las oficinas de la empresa o donde el cliente lo requiera, vía telefónica, correo electrónico, Facebook y twitter.

5.3.4.3.2 Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.

Party World tiene previsto participar en todo evento relacionado a su industria, pues haciéndolo puede incrementar su cartera de clientes, conocer estrategias de sus competidores, relacionarse con posibles proveedores y también promover sus servicios.

Durante sus participaciones entregará una muestra del servicio de repostería que ofrece la empresa para que los posibles clientes conozcan las variedades, sabores y colores.

5.3.4.3.3 Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuento, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.

Clienting es la técnica que las empresas emplean para fidelizar a sus clientes; Party World como estrategia realizará folletos en los cuales mostrará todos los servicios y productos por imágenes, además de las volantes mencionada en el literal anterior.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

5.3.4.4 Publicidad

La publicidad es un conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer un servicio o producto, sea este nuevo o antiguo en el mercado, para de ésta manera promover su adquisición.

5.3.4.4.1 Estrategia de Lanzamiento

Para el lanzamiento del servicio se realizará una fiesta infantil al estilo de Party World, para la cual se utilizará todo tipo de decoración sea esta en globos, fomix, playwood, plumafón y más. También se brindará una gran variedad de bocaditos y tortas. Con respecto a la animación se contratará un show, caritas pintadas y títeres.

Se atraerán a los clientes enviando invitaciones vía correo electrónico y Redes Sociales por lo menos 2 meses antes. Todo esto para que tanto nuestros clientes pasivos los cuales son los niños se diviertan y los activos se sienta atraídos por el servicio.

5.3.4.4.2 Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.

Party World en sus inicios solo utilizará las redes sociales y mailing a fin de abaratar costos. Sin embargo en un futuro tiene pensado invertir parte de sus ganancias para otro tipo de publicidad como anuncios en periódicos y revistas.

5.3.4.4.3 Mindshare

En el transcurso del primer año, la empresa espera posicionarse en el mercado y, sobretodo que las madres de familia adquieran el servicio no solo porque facilita la organización de sus eventos sino también porque desean que sus fiestas sean las mejores y que sus hijos tengan un día inolvidable.

5.3.4.4.4 Publicidad Blanca

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

La empresa se presentará como un servicio nuevo por la variedad y la innovación de los ya existentes, y espera poder conseguir entrevistas en las revistas más conocidas tales como, LA REVISTA, HOGAR, SAMBO, GLOBOS, y también en los diarios de mayor circulación como EL UNIVERSO y EL COMERCIO.

5.3.4.4.5 Merchandising

Con el objetivo de atraer a los clientes, fidelizarlos y que conozcan a fondo la calidad de los productos que ofrece la empresa, además de muestras de bocaditos, también entregará a sus clientes muestras de la decoración, como lápices decorados.

5.3.4.4.6 Relaciones Públicas

La empresa participará en todo evento público que fomente o tenga como fin promocionar pequeñas y medianas empresas o servicios similares al que oferta la compañía; sean estas ferias, concursos, exposiciones y demás.

5.3.4.4.7 Marketing Relacional

Con la base de datos que creará la empresa de sus clientes, se seleccionarán a los clientes más fieles y se les otorgará servicios y productos extras sin costo o un descuento en su próxima contratación; a fin de que se sienta tentado y motivado a contratar el servicio cada vez que lo requiera.

5.3.4.4.8 Insight Marketing

El Insight marketing de la empresa busca descubrir el comportamiento del consumidor ante las decisiones de compra, con el fin de diseñar estrategias que incidan en la elección del servicio. Motivo por el cual se ha desarrollado lo siguiente: el servicio que ofrece la empresa es profesional, confiable y busca siempre satisfacer al cliente con productos de la mejor calidad.

5.3.4.4.9 Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

A continuación se detallan las estrategias y acciones que desarrollará la compañía en lo que respecta a medios electrónicos.

5.3.4.4.9.1 Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing

En cuanto a E-Commerce la empresa no centraliza sus servicios vía Internet, a pesar de esto, entre sus planes se encuentra el realizar una página Web en la cual el cliente no solo podrá conocer nuestros servicios sino también sugerir mejoras o plantear quejas, comentarios etc.

El E-Commerce, no se usará en esta empresa puesto que no cuenta con los recursos necesarios para hacerlo y no permitiría desarrollar la personalización del servicio lo cual representa al valor agregado de la compañía.

Sin embargo el E-Marketing, será una herramienta muy importante para la empresa puesto que es uno de los medios de comunicación con el cliente. Como se mencionó anteriormente, se realizarán campañas de e-mailing, con el fin de mantener al mercado potencial al tanto de los servicios de la compañía.

5.3.4.4.9.2 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

En la actualidad, de la investigación que se ha realizado, unos pocos competidores poseen páginas web (únicamente informativas), para el desarrollo de este negocio se prevé realizar la misma estrategia en un futuro.

Los competidores que poseen páginas web son el Castillo de la Diversión, Mundo Fiestas, Play and Jump y KM eventos.

5.3.4.4.9.3 Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

Para el desarrollo de la misma se contratará a personas especializadas en el tema. Un ejemplo de la página que se desarrollará se encuentra en el [anexo 3](#).

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

5.3.4.4.10 Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

Las redes sociales actualmente son de gran importancia para el marketing y una de sus razones son, por los costos e impactos. Es por eso que la empresa contará con este medio para dar a conocer sus servicios.

Como estrategia se otorgará un 10% de descuento a nuestros fans y seguidores en su primera compra. Adicionalmente, se sorteará cada 2 meses una torta de 2 pisos con acabado de fondant. Este sorteo será válido por 1 año.

5.3.4.4.10.1 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Debido a la popularidad de las redes sociales y sus bajos costos, la mayoría de los competidores han optado por publicitar por este canal su empresa; por lo que Party World no se quedará atrás y también se dará a conocer a través de estos medios.

Los competidores, dentro de sus páginas y redes sociales tienen fotos de los eventos realizados, detalles de los servicios y productos así como también información de contacto, buzón de comentarios y sugerencias.

5.3.4.4.10.2 Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

La Fan Page de Party World será bastante colorida y entre sus opciones tendrá fotos, información de las oficinas, servicios y productos que ofrece.

Debido a que este medio es uno de los más importantes y concurrentes, se lo deberá abastecer de información continuamente con el objetivo de captar la atención de los clientes.

5.3.4.4.10.3 Marketing Social (en función de la Gestión de Responsabilidad Social Capítulo 4)

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

La empresa se compromete a desarrollar una fiesta anual para los niños con cáncer de SOLCA. Para la realización de este evento, se elegirán fechas estratégicas que no afecten al desarrollo del negocio, evitando días festivos como el día del Niño o Navidad, que por lo general son fechas con mayor demanda.

5.3.4.5 Ámbito Internacional

Este literal no aplica para la empresa puesto que su desarrollo y gestión de labores será únicamente en el Ecuador, específicamente en el norte de la ciudad de Guayaquil.

5.3.4.5.1 Estrategia de Distribución Internacional

Este punto al igual que el anterior no aplica ya que la empresa no distribuye ningún producto, ni está enfocado al mercado internacional.

5.3.4.5.2 Estrategias de Precio Internacional

Los precios se establecerán dependiendo de los artículos solicitados, para ello también se tomará en cuenta los datos recolectados de las encuestas realizadas en el capítulo anterior.

5.3.5 Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña utilizar Project)

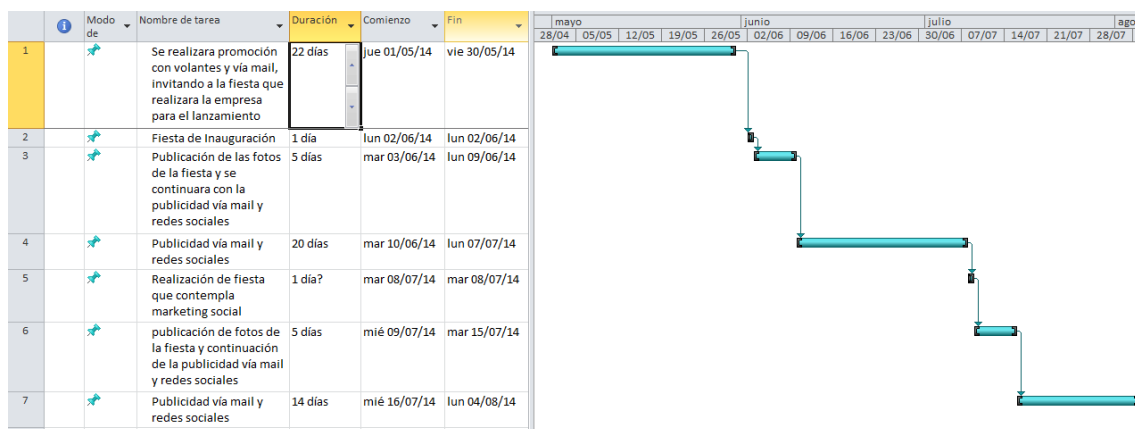


Ilustración 9: Cronograma de Campaña

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Elaborado por: Melissa Luque

5.3.6 Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.

Tabla 10: Presupuesto de Marketing

Medio	Costo	Cantidades	Precio	Veces a invertir / año	Gasto / año
Volantes	\$ 0,08	1000	\$ 80,00	2	\$ 160,00
Página web	\$ 480,00	1	\$ 480,00	1	\$ 480,00
Trading (muestras de repostería)	\$ 0,12	250	\$ 30,00	2	\$ 60,00
Clienting (folletos)	\$ 0,10	1000	\$ 100,00	1	\$ 100,00
Merchandising	\$ 0,22	1000	\$ 220,00	1	\$ 220,00
Marketing social	\$ 500,00	1	\$ 500,00	1	\$ 500,00
Lanzamiento (fiesta)	\$ 700,00	1	\$ 700,00	1	\$ 700,00
Total					\$ 2.220,00

Elaborado por: Melissa Luque

5.3.7 Análisis de Rentabilidad del Offering (Precio de venta al Público menos Margen de los Intermediarios; Precio Ex empresa menos Descuentos, Impagados, Otros; Precio Neto menos Costes Directos e Indirectos de Producción, Proporción de Gastos Generales y Administrativos, Proporción de Investigación y Desarrollo, Proporción Gastos Financieros, Gastos de Marketing Mix; Contribución Unitaria del Beneficio.

Para establecer los costos, los gastos administrativos y la utilidad neta a la que se desea llegar con el servicio a ofrecer; se ha definido que los paquetes de servicio tendrán una contribución del 45%. Cabe mencionar que el porcentaje puede variar dependiendo el alza o baja de los productos del mercado.

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

6 PLAN OPERATIVO

6.1 Producción

Al ser Party World una empresa de servicios, que no confecciona objetos o productos, no posee específicamente un proceso de producción. Sin embargo, a continuación se explican los procesos en los que la empresa debe incurrir para el desarrollo de las fiestas.

6.1.1 Proceso Productivo

Party World no posee un proceso productivo debido a que su negocio es un servicio y no produce ninguno de los productos que ofrece; sin embargo, dado que si los comercializa para las fiestas, asume un proceso basado en la gestión que representa la adquisición de los mismos y presentación al cliente. A continuación se presentan los pasos a seguir:

1. Mostrar el catálogo de productos al cliente.
2. Seleccionar los productos.
3. Calcular y especificar las cantidades por productos, así como también colores y tamaños (dependiendo el número de invitados).
4. Realizar cotización con proveedores.
5. Aprobar cotización con clientes (de tener alguna inconformidad realizar los respectivos cambios y repetir puntos 3,4 y 5).
6. Confirmar el pedido con los proveedores y definir fecha y hora de entrega.
7. Recibir los productos y almacenarlos hasta el día del evento, dependiendo de sus características (refrigeración o temperatura ambiente).

6.1.2 Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos

A continuación se detallan los equipos, estructuras y sus cantidades necesarias para las bodegas y lugar de trabajo.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Tabla 11: Infraestructura

Cantidad	Activo
Muebles y equipos	
3	Escritorios de oficina
1	Mesa
1	Mueble archivador
3	Laptop-tabletas
3	Tachos recicladores
2	Teléfonos convencionales
13	Sillas
12	Perchas
2	Bandejas para reciclar hojas
1	Impresoras
1	Carreta
1	Escalera
1	Vehículo van n300 cargo
2	Celulares
1	Congelador horizontal

Elaborado por: Melissa Luque

6.1.3 Mano de Obra

Los encargados de la mano de obra son únicamente los proveedores; sin embargo, una vez que los productos lleguen al local, los encargados de revisar y almacenar los productos son los organizadores y sus ayudantes.

6.1.4 Capacidad Instalada

En sus inicios Party World equipará su bodega para almacenar los productos de hasta 36 fiestas por mes, lo cual se considera como capacidad máxima de almacenamiento y producción.

6.1.5 Flujo grama de Proceso

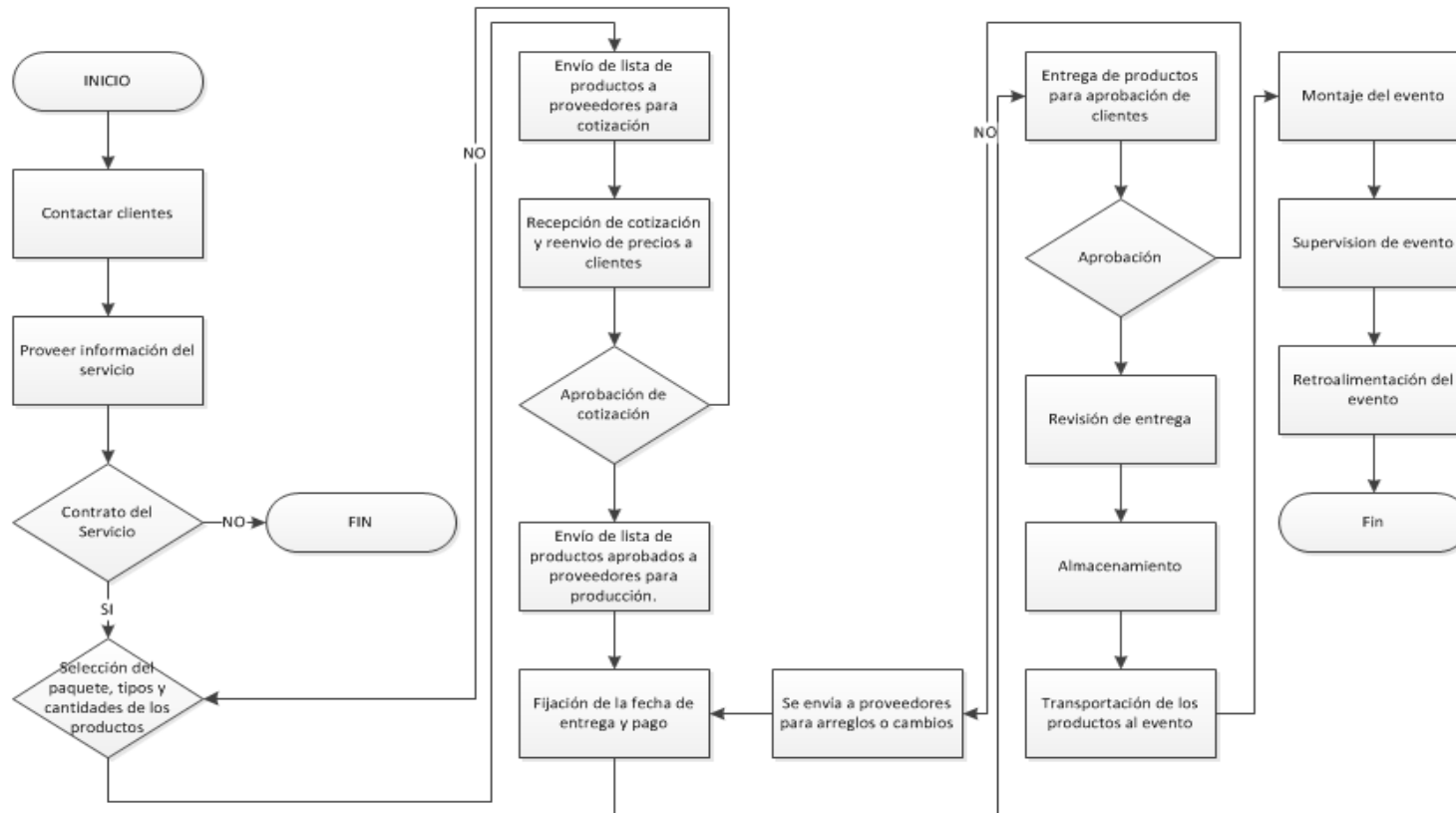


Ilustración 10: Flujo grama de proceso

Elaborado por: Melissa Luque

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

6.1.6 Presupuesto

Dentro del siguiente presupuesto se reflejan los gastos de sueldos y salarios de las personas encargadas, es decir, de los organizadores y sus ayudantes; así como también de la infraestructura.

Tabla 12: Sueldos y salarios del personal operativo

Sueldos y Salarios							
Cargo	Sueldo / año	13ro Sueldo / año	14to Sueldo / año	Vacaciones / año	Fondo de Reserva / año	Aporte Patronal / año	Gasto / año
Organizador 1	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$ 225,00	\$ 450,00	\$ 602,10	\$ 7.445,10
Organizador 2	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$ 225,00	\$ 450,00	\$ 602,10	\$ 7.445,10
Ayudante 1	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 159,00	\$ 318,00	\$ 425,48	\$ 5.354,48
Ayudante 2	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 159,00	\$ 318,00	\$ 425,48	\$ 5.354,48
Ayudante 3	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 159,00	\$ 318,00	\$ 425,48	\$ 5.354,48
Ayudante 4	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 159,00	\$ 318,00	\$ 425,48	\$ 5.354,48
Total	\$ 35.064,00	\$ 2.922,00	\$ 2.226,00	\$ 1.461,00	\$ 2.922,00	\$ 3.909,64	\$ 48.504,64

Elaborado por: Melissa Luque

Tabla 13: Presupuesto de Infraestructura

Cantidad	Activo	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total
Muebles y equipos			
3	Escritorios de oficina	\$ 130,00	\$ 390,00
1	Mesa	\$ 85,00	\$ 85,00
1	Mueble archivador	\$ 100,00	\$ 100,00
3	Laptop-tabletas	\$ 850,00	\$ 2.550,00
3	Tachos recicladores	\$ 38,00	\$ 114,00
2	Teléfonos convencionales	\$ 25,00	\$ 50,00
13	Sillas	\$ 50,00	\$ 650,00
12	Perchas	\$ 150,00	\$ 1.800,00
2	Bandejas para reciclar hojas	\$ 15,00	\$ 30,00
1	Impresoras	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Carreta	\$ 75,00	\$ 75,00
1	Escalera	\$ 120,00	\$ 120,00
1	Vehículo van n300 cargo	\$ 15.340,00	\$ 15.340,00
2	Celulares	\$ 120,00	\$ 240,00
1	Congelador horizontal	\$ 900,00	\$ 900,00

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

TOTALES	\$ 22.524,00
----------------	--------------

Elaborado por: Melissa Luque

6.2 Gestión de Calidad

6.2.1 Procesos de planeación de calidad

Para Party World la calidad es el activo intangible y uno de los temas más importantes puesto que es parte de su diferenciación, para lograrlo y asegurarse de que el cliente lo perciba, su alta calidad se deberá planificar mediante estrategias, procesos y políticas que conlleven, desde la recepción de los productos, hasta su ubicación en el evento. Con la finalidad de asegurar la calidad de los productos y servicios se calificarán los siguientes puntos al término de cada fiesta:

- ✓ Revisión de los productos (una vez que estos lleguen a la oficina).
- ✓ Tiempo de montaje.
- ✓ Servicio al cliente.
- ✓ Eficiencia en la resolución de problemas.
- ✓ Satisfacción de cliente.

6.2.2 Beneficios de las acciones proactivas

A medida que se aplique la planificación mencionada en el literal anterior, se espera lograr lo siguiente:

- ✓ Consolidar la relación con los clientes.
- ✓ Salvaguardar el prestigio de la empresa.
- ✓ Mejorar la organización en lo que respecta a almacenamiento y logística.
- ✓ Identificar los cuellos de botella y buscar sus respectivas soluciones.

6.2.3 Políticas de calidad

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

La política de la calidad está conformada por un conjunto de directrices y objetivos generales que guían la actuación de una empresa. (Varo, 1994)

Los colaboradores deberán tener siempre presente y poner en práctica las siguientes políticas de calidad.

- ✓ Mantener siempre el área de bodegas limpia y con la temperatura adecuada.
- ✓ Completar la guía de recepción de los productos y verificar que estén desarrollados acorde a la calidad exigida a los proveedores.
- ✓ Efectuar una lista de lo que se guarda en cada una de las perchas de la bodega, en la misma no solo se deberá especificar los productos y cantidades que se almacenan, sino también los datos de la fiesta a la que pertenecen. Esta lista deberá ser alimentada cada vez que se almacene o se retire ítems de la bodega.
- ✓ Asegurarse que durante la transportación de los productos estos no se estropeen, con el fin de que su calidad no se vea afectada.
- ✓ Capacitación constante del personal para desarrollar nuevos diseños.

6.2.4 Benchmarking

El benchmarking son los pasos a realizar tomando como referencia medidas estandarizadas. (Espinosa, 2004)

Si hay algo que diferencia a Party World de sus competidores es definitivamente la calidad. Esta deberá ser exigida y garantizada desde los proveedores. Se tomará como referencia imágenes originales de los temas elegidos. De cada uno de los productos realizados se deberá revisar hasta el más mínimo detalle, por ejemplo en una princesa su color, los ojos, la boca etc.

6.2.5 Proceso de aseguramiento de la calidad

El proceso estará guiado por los siguientes subprocesos:

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

- ✓ Durante la recepción de los productos se realizará un control de calidad, puesto que no se aceptará ningún producto dañado, sin terminar, mojado o sin el nivel de calidad exigido por la empresa.
- ✓ Para este proceso se deberá llenar una guía, la cual califica la entrega; en el caso de que unos de los puntos no califique, el producto será devuelto para su mejora y como soporte se archivará la guía. El ejemplo de la guía se la adjunta en el [anexo 4](#).
- ✓ Inspección de los productos antes de su transportación hacia el local a fin de asegurarse que los productos no hayan sufrido daños durante su almacenamiento.
- ✓ Revisión constante de las fechas de caducidad de los productos como bebidas y snacks.

6.2.6 Estándares de la calidad

Los estándares de calidad que la empresa implementará son los siguientes:

- ✓ Ningún producto de repostería se almacenará por más de 24 horas.
- ✓ En caso de que los productos decorativos se dañen durante el almacenamiento se deberán realizar los retoques necesarios.
- ✓ Los materiales para retoques deberán quedar siempre bien sellados y guardados.
- ✓ Cuando se realicen los rellenos de sorpresas y piñatas, se deberá revisar que ninguna de las golosinas este abierta, dañado, etc.

6.2.7 Procesos de control de calidad

- ✓ Proceso de mejora continua: Capacitación constante a los colaboradores para desarrollar nuevas ideas y productos.
- ✓ Canalizar los puntos débiles de los procesos.
- ✓ Proceso de verificación: Se deberá revisar los productos y tiempos para cumplir tanto con la calidad y puntualidad.
- ✓ Proceso de retroalimentación: Se realizará una reunión semanal para exponer los puntos que se deben mejorar o estrategias que se deban cambiar.

6.2.8 Certificaciones y Licencias

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Los certificados y licencias hacen que las empresas ganen credibilidad y mejoran su imagen; sin embargo, la empresa ha decidido no aplicar ninguno de estos durante su inicio debido a sus elevados costos. Cabe indicar que la empresa Party World no descarta la opción de adquirir certificados y licencias en un futuro.

6.2.9 Presupuesto

La empresa invertirá en capacitaciones para mejorar e innovar productos, así como su calidad; a continuación se detallan los valores a invertir anualmente:

Tabla 14: Presupuesto

Actividad	Valor a invertir anualmente por persona	Total
2 Capacitaciones por organizador anualmente	\$ 100	\$ 200

Elaborado por: Melissa Luque

6.3 Gestión Ambiental

6.3.1 Procesos de planeación ambiental

La empresa tomará como referencia los siguientes parámetros para el desarrollo de la planeación ambiental.

- ✓ Identificación de los desperdicios o despilfarros para reciclarlos o reusarlos.
- ✓ Establecer controles de prevención en la electricidad y uso de papel en la oficina.

6.3.2 Beneficios de las acciones proactivas

Del proceso de planeación se esperan los siguientes beneficios:

- ✓ Minimizar los desperdicios de papel y productos.
- ✓ Ahorro de los recursos de uso diario.
- ✓ Control de recursos.
- ✓ Invertir el recurso monetario para las actividades de responsabilidad social.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

6.3.3 Políticas de protección ambiental

La empresa reciclará la mayor parte de material para reusarlos como hojas, o en el caso de botellas, vasos y demás utensilios se los reciclará y se los venderá.

El dinero recolectado se lo depositará en una caja con el fin de reunir fondos para la fiesta anual que organizará la empresa a beneficio de los niños con cáncer de SOLCA.

No se deberá dejar los artefactos eléctricos encendidos ni conectados a la corriente al término de la jornada laboral, excepto los utilizados para almacenamiento de bebidas y alimentos. Para la transportación de los productos se utilizarán fundas de papel y tela. El aire acondicionado se deberá mantener programado en 24° C. Está prohibido imprimir correos innecesarios, la organización de las fiestas deberán ser archivadas en las portátiles y tabletas de la empresa.

6.3.4 Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental

Con el fin de asegurar la calidad, Party World realizará las siguientes actividades:

- ✓ Campaña de tachos de basura (papel y cartón, vidrios, plásticos).
- ✓ Bandeja para hojas reciclables.
- ✓ Reuniones de personal para mejora y nuevas implementaciones (el grupo de trabajo se reunirá 3 veces al año para sugerir nuevas formas de contribuir con el medio ambiente).
- ✓ Uso de focos ahorradores y fluorescentes.

6.3.5 Estándares de la calidad ambiental

- ✓ Correcta clasificación de los desechos en los basureros.
- ✓ Control de la desconexión de artefactos eléctricos al final de la jornada laboral.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

- ✓ Cooperación y responsabilidad de cada uno de los colaboradores para el ahorro de recursos y cuidado del medio ambiente.
- ✓ Uso de papel reciclado para impresiones y copias.

6.3.6 Procesos de control de calidad

Botellas: Se recolectará todas la botellas vacías utilizadas en las fiestas y oficina, para cada fin de mes llevarlas a vender y guardar el dinero recogido en una caja fuerte, para la fiesta anual en SOLCA. Por otro lado, los tachos separadores de desechos reciclables se los vaciará cada 3 días o cada vez que surja la necesidad.

Mensualmente se rotará al trabajador responsable de que los aparatos electrónicos queden desconectados al final de la jornada laboral. Por último, todos los colaboradores tienen la responsabilidad de seleccionar las hojas para reutilizarlas.

6.3.7 Trazabilidad

La trazabilidad de la empresa empieza desde la firma de contrato con el cliente hasta después del evento, en donde se recogerá las botellas vacías, a continuación se detallan las acciones del proceso.

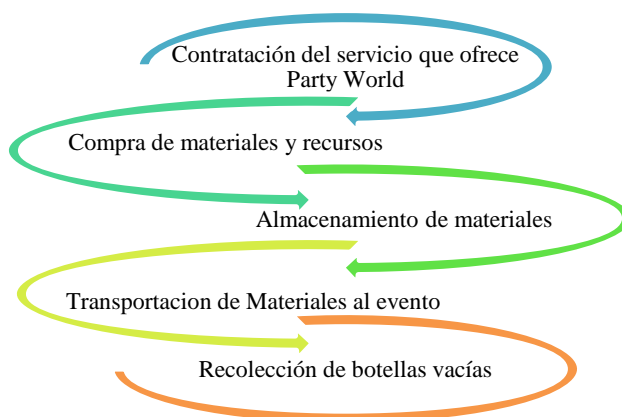


Ilustración 11: Trazabilidad

Elaborado por: Melissa Luque

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

6.3.8 Logística Verde

La logística ambiental de la compañía no se concentra en un proceso específico, sino más bien en el día a día de las actividades de la compañía, es decir, adquirir resmas de papel reciclado y no más del necesario, los artefactos eléctricos deben ser inverter o clasificación A, con la mayor cantidad de ahorro de energía, antes de cada salida optimizar la gasolina realizando una planificación de los sitios a los que se necesita asistir.

6.3.9 Certificaciones y Licencias

Los certificados y licencias no se encuentran dentro de las adquisiciones iniciales de la empresa, sin embargo no se lo descarta en un futuro. La certificación que para el cumplimiento de una serie de normas ambientales es la ISO 14000.

6.3.10 Presupuesto

A continuación se reflejan los gastos que Party World incurriría para la gestión ambiental.

Tabla 15: Presupuesto Ambiental

Muebles y equipos			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	Valor de adquisición total
3	Tachos recicladores	\$ 38,00	\$ 114,00
2	Bandejas para reciclar hojas	\$ 15,00	\$ 30,00

Elaborado por: Melissa Luque

6.4 Gestión de Responsabilidad Social

6.4.1 Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

La planificación de responsabilidad social de la empresa gira entorno a sus colaboradores y a externos, los cuales son los niños de SOLCA, ambos se beneficiarán

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

al igual que Party World. En los siguientes literales se detallan las políticas a usar para cumplir con lo expuesto.

6.4.2 Beneficios de las acciones proactivas

Como beneficio de las acciones que se tomarán para la gestión de responsabilidad social son: la imagen de la empresa, un activo intangible pero de gran valor en el mercado y fomentar la responsabilidad social a otras empresas de la misma industria. Así mismo, para con los colaboradores, su mejor desempeño y satisfacción laboral.

6.4.3 Políticas de protección social

A fin de llevar a cabo este proceso se consideran esenciales las siguientes políticas:

- ✓ Responsabilidad en cada una de las actividades.
- ✓ Entrega y energía a la hora de trabajar.
- ✓ Compromiso en todos los procesos de la compañía.
- ✓ Compañerismo.

6.4.4 Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa

Con el fin de asegurar el compromiso de la empresa con este proceso, se realizarán pláticas con los colaboradores para que puedan expresar y exponer el agrado de las actividades de responsabilidad social de la empresa y/o sugerir ideas para eventos y beneficios nuevos; los mismos se analizarán, medirán y realizarán siempre y cuando Party World este en la capacidad de cubrirlo.

6.4.5 Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo

La responsabilidad social de la empresa deberá ser aplicada desde su inicio, a continuación se exponen los plazos en que se cumplirán las actividades:

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

- ✓ Corto Plazo.- Se gestionarán los beneficios para los colaboradores.
- ✓ Mediano Plazo.- realización de la fiesta a beneficio de los niños de SOLCA.
- ✓ Largo Plazo.- Cumplimiento de las actividades de Responsabilidad Social.

6.4.6 Procesos de controles sociales

Para el control de las actividades se implementará una técnica de cumplimiento, la cual no solo ayudará a medir que tan eficientes son nuestros colaboradores, sino también a mejorar en el desarrollo de las actividades.

6.4.7 Certificaciones y Licencias

Para el desarrollo de este trabajo de titulación no se invertirá ni en certificados ni licencias; sin embargo, `` en caso de querer adquirirlo en un futuro se deberá participar en la ISO 26000, la cual tiene como fin resaltar los procesos de los trabajadores y su ambiente laboral.

6.4.8 Presupuesto

No se ha determinado un monto específico para el desarrollo de este proceso, debido a que no contamos con el número exacto de niños internados en SOLCA; sin embargo se ha destinado \$ 500 para iniciar la ejecución de este compromiso de Party World. Cabe indicar que el monto puede variar, todo depende de la cantidad de niños, actividades a realizarse y los precios de productos.

6.5 Balanced Scorecard & Mapa Estratégico

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

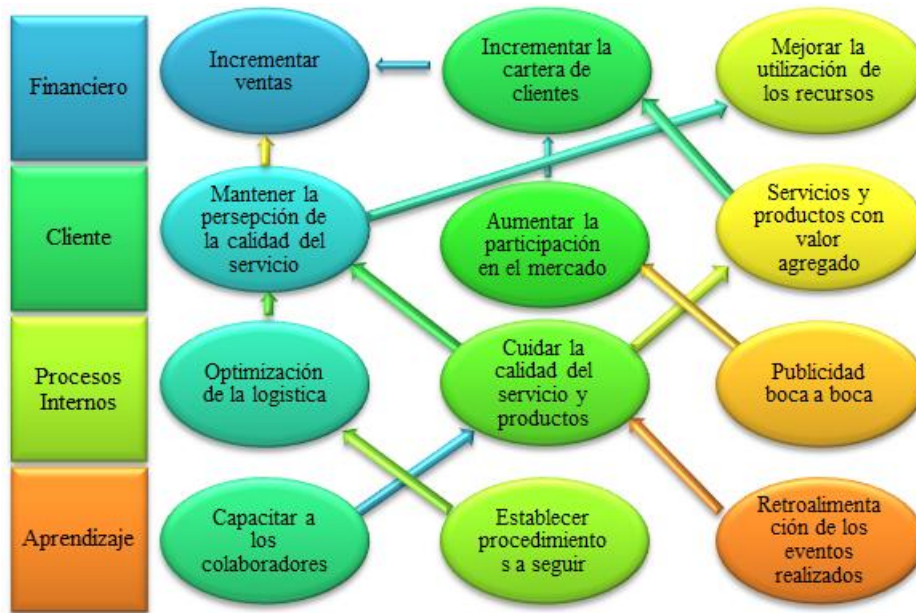


Ilustración 12: Mapa Estratégico

Elaborado por: Melissa Luque

Tabla 16: Balanced Score Card

Perspectivas	Objetivos	Indicadores	Metas
Financiera	Crecimiento en ventas anual	Incremento de Ingresos	5%
Cliente	Calidad del servicio	Calificación del servicio	100%
Procesos Internos	Procesos dirigidos a la satisfacción del cliente	Cantidad de reclamos recibidos	1-2
Aprendizaje	Capacitación al personal	Número de capacitaciones al año	2

Elaborado por: Melissa Luque

6.6 Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.)

Ni la exportación ni la importación se han considerado para el desarrollo de este negocio, motivo por el cual este literal no aplica.

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO- TRIBUTARIO

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

7 ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1 Inversión Inicial

La Inversión Inicial de Party World se la realizó en base a los recursos necesarios para poder empezar sus operaciones, ésta se divide en tres tipos de inversión: fija, diferida y corriente las cuales se detallarán en los próximos puntos. A continuación se muestra un resumen:

Tabla 17: Resumen Inversión Inicial

TOTAL INVERSIÓN INICIAL	VALOR
INVERSIÓN FIJA	\$ 22.524,00
INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 7.260,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 5.267,05
TOTAL	\$ 35.051,05

Elaborado por: Melissa Luque

7.1.1 Tipo de Inversión

7.1.1.1 Fija

La inversión fija para este trabajo de titulación comprende la compra de muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación y el vehículo. Estos activos serán depreciados anualmente y el valor de depreciación será incluido como un gasto en el estado de pérdidas y ganancias del período al que corresponde. A continuación el detalle de la inversión fija y su respectiva depreciación:

Tabla 18: Inversión Fija

Inversión fija						
Cantidad	Activo	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total	Vida Útil (Años)	Depreciación Anual %	Depreciación Anual
Muebles y equipos						
3	Escritorios de oficina	\$ 130,00	\$ 390,00	10	10%	\$ 39,00
1	Mesa	\$ 85,00	\$ 85,00	10	10%	\$ 8,50
1	Mueble archivador	\$ 100,00	\$ 100,00	10	10%	\$ 10,00
3	Laptop-tabletas	\$ 850,00	\$ 2.550,00	3	33%	\$ 849,92
3	Tachos recicladores	\$ 38,00	\$ 114,00	10	10%	\$ 11,40
2	Teléfonos convencionales	\$ 25,00	\$ 50,00	10	10%	\$ 5,00

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

13	Sillas	\$ 50,00	\$ 650,00	10	10%	\$ 65,00
12	Perchas	\$ 150,00	\$ 1.800,00	10	10%	\$ 180,00
2	Bandejas para reciclar hojas	\$ 15,00	\$ 30,00	10	10%	\$ 3,00
1	Impresoras	\$ 80,00	\$ 80,00	3	33%	\$ 26,66
1	Carreta	\$ 75,00	\$ 75,00	10	10%	\$ 7,50
1	Escalera	\$ 120,00	\$ 120,00	10	10%	\$ 12,00
1	Vehículo van n300 cargo	\$ 15.340,00	\$ 15.340,00	5	20%	\$ 3.068,00
2	Celulares	\$ 120,00	\$ 240,00	3	33%	\$ 79,99
1	Congelador horizontal	\$ 900,00	\$ 900,00	10	10%	\$ 90,00
Totales			\$ 22.524,00			\$ 4.455,97

Elaborado por: Melissa Luque

7.1.1.2 Diferida

La inversión diferida de la empresa comprende gastos de constitución, capital social, anticipo de alquiler y registro de la marca. A continuación su detalle:

Tabla 19: Inversión Diferida

Inversión Diferida			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
Anticipo de Alquiler	\$ 600,00	3	\$ 1.800,00
Capital Social	\$ 5.000,00	1	\$ 5.000,00
Registro de marca	\$ 160,00	1	\$ 160,00
Constitución de la Empresa (ej. Permisos)	\$ 300,00	1	\$ 300,00
TOTAL	\$ 6.060,00		\$ 7.260,00

Elaborado por: Melissa Luque

7.1.1.3 Corriente

La inversión corriente son los recursos necesarios para la operación diaria del negocio el cual está compuesta por, el capital de trabajo, el cual comprende los gastos de ventas (Publicidad) y los gastos operacionales (Movilización, sueldos y salarios, alquiler, servicios básicos y más), se ha determinado un tiempo de 1 mes con el fin de cubrir estos gastos en caso de que ocurra algún imprevisto. A continuación el detalle de los mismos:

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Tabla 20: Inversión corriente

Capital de trabajo			
Tipo de costo	Costo promedio mensual	Meses	Total
Gasto de Venta	\$ 185,00	1	\$ 185,00
Gastos operacionales	\$ 5.082,05	1	\$ 5.082,05
Total			\$ 5.267,05

7.1.2 Financiamiento de la Inversión

7.1.2.1 Fuentes de Financiamiento

Las fuentes de financiamiento se ha dividido en 2: los accionistas aportarán con el 20% y además se realizará un préstamo por el 80% restante a la entidad financiera CFN, la cual al momento posee una tasa de interés del 11.5%.

Tabla 21: Detalle del Financiamiento interno

Detalle financiamiento interno		
Socios	Aportación	% Participación
A	\$ 1.752,55	25%
B	\$ 1.752,55	25%
C	\$ 1.752,55	25%
D	\$ 1.752,55	25%
Total	\$ 7.010,21	100%

Elaborado por: Melissa Luque

7.1.2.2 Tabla de Amortización

A continuación se presenta la tabla de amortización del préstamo a realizarse con la institución financiera CFN:

Tabla 22: Tabla de amortización

Capital	\$ 28.040,84			
Tasa de interés	11,50%		Interés mensual	0,96%
Número de pagos (meses)	60			
Cuota mensual	\$ 616,69			

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas
infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Periodo	Saldo inicial	Pago	Capital	Interés	Saldo final
0	\$ 28.040,84				\$ 28.040,84
1	\$ 28.040,84	\$ 616,69	\$ 347,97	\$ 268,72	\$ 27.692,88
2	\$ 27.692,88	\$ 616,69	\$ 351,30	\$ 265,39	\$ 27.341,57
3	\$ 27.341,57	\$ 616,69	\$ 354,67	\$ 262,02	\$ 26.986,91
4	\$ 26.986,91	\$ 616,69	\$ 358,07	\$ 258,62	\$ 26.628,84
5	\$ 26.628,84	\$ 616,69	\$ 361,50	\$ 255,19	\$ 26.267,34
6	\$ 26.267,34	\$ 616,69	\$ 364,96	\$ 251,73	\$ 25.902,38
7	\$ 25.902,38	\$ 616,69	\$ 368,46	\$ 248,23	\$ 25.533,92
8	\$ 25.533,92	\$ 616,69	\$ 371,99	\$ 244,70	\$ 25.161,93
9	\$ 25.161,93	\$ 616,69	\$ 375,56	\$ 241,14	\$ 24.786,37
10	\$ 24.786,37	\$ 616,69	\$ 379,16	\$ 237,54	\$ 24.407,22
11	\$ 24.407,22	\$ 616,69	\$ 382,79	\$ 233,90	\$ 24.024,43
12	\$ 24.024,43	\$ 616,69	\$ 386,46	\$ 230,23	\$ 23.637,97
13	\$ 23.637,97	\$ 616,69	\$ 390,16	\$ 226,53	\$ 23.247,81
14	\$ 23.247,81	\$ 616,69	\$ 393,90	\$ 222,79	\$ 22.853,91
15	\$ 22.853,91	\$ 616,69	\$ 397,67	\$ 219,02	\$ 22.456,24
16	\$ 22.456,24	\$ 616,69	\$ 401,49	\$ 215,21	\$ 22.054,75
17	\$ 22.054,75	\$ 616,69	\$ 405,33	\$ 211,36	\$ 21.649,42
18	\$ 21.649,42	\$ 616,69	\$ 409,22	\$ 207,47	\$ 21.240,20
19	\$ 21.240,20	\$ 616,69	\$ 413,14	\$ 203,55	\$ 20.827,06
20	\$ 20.827,06	\$ 616,69	\$ 417,10	\$ 199,59	\$ 20.409,96
21	\$ 20.409,96	\$ 616,69	\$ 421,10	\$ 195,60	\$ 19.988,87
22	\$ 19.988,87	\$ 616,69	\$ 425,13	\$ 191,56	\$ 19.563,73
23	\$ 19.563,73	\$ 616,69	\$ 429,21	\$ 187,49	\$ 19.134,53
24	\$ 19.134,53	\$ 616,69	\$ 433,32	\$ 183,37	\$ 18.701,21
25	\$ 18.701,21	\$ 616,69	\$ 437,47	\$ 179,22	\$ 18.263,74
26	\$ 18.263,74	\$ 616,69	\$ 441,66	\$ 175,03	\$ 17.822,08
27	\$ 17.822,08	\$ 616,69	\$ 445,90	\$ 170,79	\$ 17.376,18
28	\$ 17.376,18	\$ 616,69	\$ 450,17	\$ 166,52	\$ 16.926,01
29	\$ 16.926,01	\$ 616,69	\$ 454,48	\$ 162,21	\$ 16.471,53
30	\$ 16.471,53	\$ 616,69	\$ 458,84	\$ 157,85	\$ 16.012,69
31	\$ 16.012,69	\$ 616,69	\$ 463,24	\$ 153,45	\$ 15.549,45
32	\$ 15.549,45	\$ 616,69	\$ 467,68	\$ 149,02	\$ 15.081,77
33	\$ 15.081,77	\$ 616,69	\$ 472,16	\$ 144,53	\$ 14.609,62
34	\$ 14.609,62	\$ 616,69	\$ 476,68	\$ 140,01	\$ 14.132,93
35	\$ 14.132,93	\$ 616,69	\$ 481,25	\$ 135,44	\$ 13.651,68
36	\$ 13.651,68	\$ 616,69	\$ 485,86	\$ 130,83	\$ 13.165,82
37	\$ 13.165,82	\$ 616,69	\$ 490,52	\$ 126,17	\$ 12.675,30
38	\$ 12.675,30	\$ 616,69	\$ 495,22	\$ 121,47	\$ 12.180,08
39	\$ 12.180,08	\$ 616,69	\$ 499,97	\$ 116,73	\$ 11.680,12
40	\$ 11.680,12	\$ 616,69	\$ 504,76	\$ 111,93	\$ 11.175,36
41	\$ 11.175,36	\$ 616,69	\$ 509,59	\$ 107,10	\$ 10.665,77
42	\$ 10.665,77	\$ 616,69	\$ 514,48	\$ 102,21	\$ 10.151,29
43	\$ 10.151,29	\$ 616,69	\$ 519,41	\$ 97,28	\$ 9.631,88
44	\$ 9.631,88	\$ 616,69	\$ 524,39	\$ 92,31	\$ 9.107,50
45	\$ 9.107,50	\$ 616,69	\$ 529,41	\$ 87,28	\$ 8.578,08

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

46	\$ 8.578,08	\$ 616,69	\$ 534,48	\$ 82,21	\$ 8.043,60
47	\$ 8.043,60	\$ 616,69	\$ 539,61	\$ 77,08	\$ 7.503,99
48	\$ 7.503,99	\$ 616,69	\$ 544,78	\$ 71,91	\$ 6.959,22
49	\$ 6.959,22	\$ 616,69	\$ 550,00	\$ 66,69	\$ 6.409,22
50	\$ 6.409,22	\$ 616,69	\$ 555,27	\$ 61,42	\$ 5.853,95
51	\$ 5.853,95	\$ 616,69	\$ 560,59	\$ 56,10	\$ 5.293,36
52	\$ 5.293,36	\$ 616,69	\$ 565,96	\$ 50,73	\$ 4.727,39
53	\$ 4.727,39	\$ 616,69	\$ 571,39	\$ 45,30	\$ 4.156,01
54	\$ 4.156,01	\$ 616,69	\$ 576,86	\$ 39,83	\$ 3.579,14
55	\$ 3.579,14	\$ 616,69	\$ 582,39	\$ 34,30	\$ 2.996,75
56	\$ 2.996,75	\$ 616,69	\$ 587,97	\$ 28,72	\$ 2.408,78
57	\$ 2.408,78	\$ 616,69	\$ 593,61	\$ 23,08	\$ 1.815,17
58	\$ 1.815,17	\$ 616,69	\$ 599,30	\$ 17,40	\$ 1.215,88
59	\$ 1.215,88	\$ 616,69	\$ 605,04	\$ 11,65	\$ 610,84
60	\$ 610,84	\$ 616,69	\$ 610,84	\$ 5,85	\$ 0,00

Elaborado por: Melissa Luque

7.1.3 Cronograma de Inversiones

Tabla 23: Cronograma de Inversiones

CRONOGRAMA DE INVERSIONES							
ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	TOTAL
Anticipo de Alquiler	\$ 1.800,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.800,00
Capital Social	\$ 5.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5.000,00
Registro de marca	\$ 160,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 160,00
Constitución de la Empresa (ej. Permisos)	\$ 300,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 300,00
Compra de muebles, equipos de oficina y computación	\$ -	\$ 22.524,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.524,00
Depósito de capital de trabajo	\$ -	\$ 5.267,05	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5.267,05
TOTAL	\$ 7.260,00	\$ 27.791,05	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 35.051,05

Elaborado por: Melissa Luque

7.2 Análisis de Costos

7.2.1 Costos Fijos

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Los costos fijos son los gastos en los que la empresa debe incurrir independientemente si realiza o no ventas. Este rubro incluye, los gastos administrativos como sueldos y beneficios de los colaboradores a los cuales se les realizará un incremento del 10% anual, los servicios básicos con 1%, y el alquiler de la oficina y los gastos de ventas con un 5%, a continuación su detalle anual y el promedio mensual del primer año:

Tabla 24: Costos fijos

Costos fijos							Porcentaje de incremento
Tipo de costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Promedio mensual primer año	
Gastos sueldos y salarios	\$ 48.504,64	\$ 53.355,10	\$ 58.690,61	\$ 64.559,67	\$ 71.015,64	\$ 4.042,05	10%
Gastos en servicios básicos	\$ 1.800,00	\$ 1.818,00	\$ 1.836,18	\$ 1.854,54	\$ 1.873,09	\$ 150,00	1%
Gastos de ventas	\$ 2.220,00	\$ 2.331,00	\$ 2.447,55	\$ 2.569,93	\$ 2.698,42	\$ 185,00	5%
Alquiler	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04	\$ 500,00	
Total	\$ 58.524,64	\$ 63.804,10	\$ 69.589,34	\$ 75.929,89	\$ 82.880,19	\$ 4.877,05	

Elaborado por: Melissa Luque

7.2.2 Costos Variables

Los costos variables de la empresa giran entorno a la movilización y caja chica, debido a que estos se pueden alterar dependiendo de las ventas que se realicen.

Tabla 25: Costos Variables

Costos Variables		
Rubro	Gasto mensual	Gasto anual
Caja chica	\$ 50,00	\$ 600,00
Movilización	\$ 200,00	\$ 2.400,00

Elaborado por: Melissa Luque

7.2.2.1 Costos de Producción

Este punto no aplica en el desarrollo de la empresa Party World ya que es un servicio y a pesar de que vende productos no produce ninguno de ellos.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

7.3 Capital de Trabajo

7.3.1 Costos de Operación

Tabla 26: Costos operacionales

Costos Operacionales		
Rubro	Gasto mensual	Gasto anual
Caja chica	\$ 50,00	\$ 600,00
Movilización	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Gastos del Automóvil (Chequeos)	\$ 50,00	\$ 600,00
Matrícula y SOAT del vehículo e impuestos	\$ 50,00	\$ 600,00
Sueldos y Salarios	\$ 4.042,05	\$ 48.504,64
Alquiler	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Servicios Básicos	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Suministros de oficina	\$ 40,00	\$ 480,00
Total	\$ 5.082,05	\$ 60.984,64

7.3.2 Costos Administrativos

Tabla 27: Gastos administrativos

Gastos administrativos	mensual
Sueldos y Salarios	\$ 4.042,05
Total gastos administrativos	\$ 4.042,05

Elaborado por: Melissa Luque

7.3.3 Costos de Ventas

Los costos de ventas que se presentan a continuación se dividen por los tipos de paquetes ya que no todos ofrecen lo mismo y por ende no todos cuestan lo mismo.

Tabla 28: Costos de ventas por paquete de servicio

	PAQUETES			
	ASESORIA	BALLOONS	PINATA	PARTY FAVOR
COSTO DE VENTA	\$ -	\$ 110,00	\$ 165,00	\$ 302,50

Elaborado por: Melissa Luque

7.3.4 Costos Financieros

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Los costos financieros corresponden a los intereses del préstamo adquirido por la empresa para financiarse. A continuación se muestra la acumulación anual de los pagos de intereses.

Tabla 29: Costos financieros

	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
INTERÉS	\$ 2.997,42	\$ 2.463,53	\$ 1.864,91	\$ 1.193,69	\$ 441,08
CAPITAL	\$ 4.402,87	\$ 4.936,76	\$ 5.535,39	\$ 6.206,61	\$ 6.959,22

Elaborado por: Melissa Luque

7.4 Análisis de Variables Críticas

7.4.1 Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

A continuación se presenta el Mark up de la empresa en la cual se considera, los ingresos menos el costo de ventas y el margen de ganancia sobre las ventas.

Tabla 30: Mark up y Márgenes

Totales			
MARK UP (ANUAL)		MARGEN (ANUAL)	
Ingresos	\$ 178.650,00	Mark Up	\$ 83.032,50
Costo de Venta	\$ 95.617,50	Ingresos	\$ 178.650,00
Mark Up	\$ 83.032,50	Margen	46%
Por Paquetes			
MARK UP (ANUAL)		MARGEN (ANUAL)	
Asesoría			
Ingresos	\$ 4.800,00	Mark Up	\$ 4.800,00
Costo de Venta	\$ -	Ingresos	\$ 4.800,00
Mark Up	\$ 4.800,00	Margen	100%
Paquete Balloons			
Ingresos	\$ 16.800,00	Mark Up	\$ 7.560,00
Costo de Venta	\$ 9.240,00	Ingresos	\$ 16.800,00
Mark Up	\$ 7.560,00	Margen	45%
Paquete Pinata			
Ingresos	\$ 43.200,00	Mark Up	\$ 19.440,00
Costo de Venta	\$ 23.760,00	Ingresos	\$ 43.200,00
Mark Up	\$ 19.440,00	Margen	45%
Paquete Party Favor			
Ingresos	\$ 113.850,00	Mark Up	\$ 51.232,50
Costo de Venta	\$ 62.617,50	Ingresos	\$ 113.850,00

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Mark Up	\$ 51.232,50	Margen	45%
----------------	--------------	--------	-----

Elaborado por: Melissa Luque

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

7.4.2 Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

Tabla 31: Proyección de ventas año 1

	PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 1												TOTALES ANUALES	
	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FERERO	MARZO	ABRIL		
PAQUETE ASESORIA	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
PAQUETE BALLOONS	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 16.800,00
PAQUETE PINATA	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 43.200,00
PAQUETE PARTY FAVOR	\$ 9.900,00	\$ 9.900,00	\$ 9.900,00	\$ 9.900,00	\$ 9.900,00	\$ 9.900,00	\$ 9.900,00	\$ 8.250,00	\$ 8.250,00	\$ 9.900,00	\$ 9.900,00	\$ 9.900,00	\$ 8.250,00	\$ 113.850,00
TOTALES MENSUALES	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 13.650,00	\$ 13.650,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 13.650,00	\$ 13.650,00	\$ 178.650,00

Tabla 32: Proyección de costos año 1

	PROYECCIÓN DE COSTOS AÑO 1												TOTAL ANNUAL	
	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FERERO	MARZO	ABRIL		
PAQUETE ASESORIA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PAQUETE BALLOONS	\$ 770,00	\$ 770,00	\$ 770,00	\$ 770,00	\$ 770,00	\$ 770,00	\$ 770,00	\$ 770,00	\$ 770,00	\$ 770,00	\$ 770,00	\$ 770,00	\$ 770,00	\$ 9.240,00
PAQUETE PINATA	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 23.760,00
PAQUETE PARTY FAVOR	\$ 5.445,00	\$ 5.445,00	\$ 5.445,00	\$ 5.445,00	\$ 5.445,00	\$ 5.445,00	\$ 5.445,00	\$ 4.537,50	\$ 4.537,50	\$ 5.445,00	\$ 5.445,00	\$ 5.445,00	\$ 4.537,50	\$ 62.617,50
TOTALES MENSUALES	\$ 8.195,00	\$ 8.195,00	\$ 8.195,00	\$ 8.195,00	\$ 8.195,00	\$ 8.195,00	\$ 8.195,00	\$ 7.287,50	\$ 7.287,50	\$ 8.195,00	\$ 8.195,00	\$ 8.195,00	\$ 7.287,50	\$ 95.617,50

Elaborado por: Melissa Luque

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

7.4.3 Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.

Este inciso no aplica debido a que la empresa no elabora ninguno de los productos que ofrece.

7.4.4 Análisis de Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio determina la cantidad de servicios que la empresa debe vender para al menos cubrir sus costos fijos, a continuación se presenta el punto de equilibrio por paquetes.

Tabla 33: Punto de equilibrio

Punto de equilibrio (anual)	
Cant. Por paquete	
Asesoría	
Costos fijos totales	\$ 58.524,64
Pvq-cvq	\$ 50,00
Pe	1170
Balloons	
Costos fijos totales	\$ 58.524,64
Pvq-cvq	\$ 90,00
Pe	650
Pinata	
Costos fijos totales	\$ 58.524,64
Pvq-cvq	\$ 135,00
Pe	434
Party favor	
Costos fijos totales	\$ 58.524,64
Pvq-cvq	\$ 247,50
Pe	236

Elaborado por: Melissa Luque

7.4.5 Análisis de Punto de Cierre

En el supuesto de que la empresa por motivos graves deba cerrar sus puertas, deberá afrontar con los valores del siguiente punto de cierre.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Tabla 34: Punto de Cierre

PUNTO DE CIERRE	
DÓLARES	
Costos Fijos Totales	\$ 58.524,64
Gastos No Erogables	\$ 7.444,89
Margen de Contribución	46%
PC	\$ 42.506,45

Elaborado por: Melissa Luque

7.5 Entorno Fiscal de la Empresa

7.5.1 Planificación Tributaria

7.5.1.1 Generalidades (Disposiciones normativas)

Las empresas que operan en el Ecuador tiene el deber de pagar todos los impuestos asignados por su ley; el objetivo de la ley es fomentar la cultura tributaria en el país, basados en los principios de justicia y equidad con el fin de recaudar la mayor cantidad de impuesto para el beneficio del país.

7.5.1.2 Minimización de la carga fiscal

La empresa con la finalidad de disminuir su carga fiscal y cumplir con el pago justo de sus impuestos procederá a incluir en sus estados financieros la depreciación de sus activos y las amortizaciones. (SRI, 2010)

7.5.1.3 Impuesto a la Renta

Es un impuesto directo que se calcula luego del 15% de la participación de los trabajadores, mejor conocido como utilidades; Party World deberá cumplir con el 22% del pago al impuesto a la renta según la ley vigente en el Ecuador para el año 2013. A continuación se detallan los valores que la empresa deberá pagar. (SRI, 2010)

Tabla 35: Impuesto a la Renta

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Impuesto a la Renta (22%)	\$ 2.919,25	\$ 3.076,39	\$ 3.212,67	\$ 3.503,52	\$ 3.584,37

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Elaborado por: Melissa Luque

7.5.1.4 Impuesto al Valor Agregado

El IVA es un impuesto indirecto que graba toda transacción sea esta por la comercialización de productos o servicios; cabe indicar que existen transacciones que no son gravadas IVA, otras que el 0% o el 12%. (SRI, 2010)

La empresa actuará como agente retención, motivo por el cual estos valores no se muestran en los estados financieros de Party World, ya que serán devueltos al estado.

7.5.1.5 Impuestos a los Consumos Especiales

El ICE es un impuesto indirecto que grava a consumos específicos de bienes o servicios establecidos por la ley. Este impuesto, se grava en una sola fase, ya sea en su fabricación o importación. Este inciso no aplica puesto que la empresa no posee ni ofrece ningún servicio los cuales sean objeto de este impuesto. (SRI, 2010)

7.5.1.6 Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales

Los impuestos, tasas y contribuciones Municipales son de carácter general y se consideran indispensables para el presupuesto municipal. Con el fin de cumplir con sus obligaciones, la empresa destinará el valor de \$300 anuales para este tipo de impuestos.

7.5.1.7 Impuestos al Comercio Exterior

Dentro de los tributos al comercio exterior, tenemos: los derechos arancelarios establecidos en los respectivos aranceles; los impuestos establecidos en leyes especiales y, las tasas por servicios aduaneros. La empresa dentro de sus primeros años de labores no importará ni exportará ningún producto por lo que este inciso no aplica para el desarrollo de este producto. (SRI, 2010)

7.5.1.8 Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Este impuesto se grava a los ingresos provenientes de herencias y legados, así como a los beneficiarios de donaciones, cuya base imponible en el Ecuador es de \$64.890. Este inciso no aplica debido a que no se han considerado ni herencias ni legados y menos donaciones para este trabajo de titulación. (SRI, 2010)

7.5.1.9 Impuestos a la Salida de Divisas

Se considera un impuesto regulador de la economía, ya que su principal objetivo es evitar el traslado de capitales al exterior y promover la inversión nacional, para el Ecuador, el ISD está establecido en 5% hasta la actualidad. Este inciso no aplica puesto que el negocio no opera ni realiza transacciones en el exterior. (SRI, 2010)

7.5.1.10 Impuestos a los Vehículos Motorizados

Este impuesto se grava a la propiedad de vehículos motorizados, destinados al transporte de carga terrestre de personas o carga. Se lo paga anualmente según el último dígito de la placa del vehículo. Party World ha destinado dentro de sus gastos operacionales un monto de \$600, para el pago de este impuesto y demás pagos sobre el bien móvil que posee. (SRI, 2010)

7.5.1.11 Impuestos a las Tierras Rurales

Es un impuesto anual que grava la propiedad de tierras rurales en el Ecuador. Para la Región Amazónica, superior a las 70 hectáreas hasta el 2015. Este inciso no aplica puesto que la empresa no posee inmuebles que sean explotados con fine de lucro. (SRI, 2010)

7.6 Estados Financieros proyectados

7.6.1 Balance General Inicial

En la siguiente tabla se muestra el estado inicial de la empresa, es decir los bienes que deberá adquirir, su capital social y el valor por el que deberá hacer el préstamo bancario.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Tabla 36: Balance General Inicial

Balance General	
ACTIVOS	Año 0
Activos Corrientes	
Caja/Bancos	\$ 5.267,05
Total Activos Corrientes	\$ 5.267,05
Activos Fijos	
Muebles y Enseres	\$ 19.654,00
Equipos de Computación	\$ 2.870,00
(-) Depreciación Acumulada	
Total Activos Fijos	\$ 22.524,00
Activos Diferidos	
Gastos Pre operacionales	\$ 7.260,00
(-) Amortización Acumulada	0
Total Activos Diferidos	\$ 7.260,00
Total Activos	\$ 35.051,05
PASIVOS Y PATRIMONIO	
Pasivos	
Préstamo Bancario	\$ 28.040,84
(-)Pago de Préstamo Bancario Acumulado	0
Total de Pasivos	\$ 28.040,84
Patrimonio	
Capital Social	\$ 7.010,21
Utilidad del Ejercicio	0
Utilidades Retenidas	0
Recuperación de activos	0
Total Patrimonio	\$ 7.010,21
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 35.051,05

Elaborado por: Melissa Luque

7.6.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

A continuación se muestra el estado de pérdidas y ganancias del primer año y también el que la empresa proyecta a los 5 primeros años de labores.

Tabla 37: Estado de pérdidas y ganancias del año 1

Estado de Resultado												
% de Repartición Utilidades a Trabajadores	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
% de Impuesto a la Renta	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%
	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FERERO	MARZO	ABRIL
Ventas	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 13.650,00	\$ 13.650,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 13.650,00
Costo de Venta	\$ 8.195,00	\$ 8.195,00	\$ 8.195,00	\$ 8.195,00	\$ 8.195,00	\$ 8.195,00	\$ 8.195,00	\$ 7.287,50	\$ 7.287,50	\$ 8.195,00	\$ 8.195,00	\$ 7.287,50
Utilidad Bruta en Venta	\$ 7.105,00	\$ 7.105,00	\$ 7.105,00	\$ 7.105,00	\$ 7.105,00	\$ 7.105,00	\$ 7.105,00	\$ 6.362,50	\$ 6.362,50	\$ 7.105,00	\$ 7.105,00	\$ 6.362,50
Gastos Sueldos y Salarios	\$ 4.042,05	\$ 4.042,05	\$ 4.042,05	\$ 4.042,05	\$ 4.042,05	\$ 4.042,05	\$ 4.042,05	\$ 4.042,05	\$ 4.042,05	\$ 4.042,05	\$ 4.042,05	\$ 4.042,05
Costos Fijos (Sin sueldos y salarios)	\$ 835,00	\$ 835,00	\$ 835,00	\$ 835,00	\$ 835,00	\$ 835,00	\$ 835,00	\$ 835,00	\$ 835,00	\$ 835,00	\$ 835,00	\$ 835,00
Gastos de Depreciación	\$ 370,62	\$ 370,62	\$ 370,62	\$ 370,62	\$ 370,62	\$ 370,62	\$ 370,62	\$ 370,62	\$ 370,62	\$ 370,62	\$ 370,62	\$ 370,62
Gastos de Amortización	\$ 121,00	\$ 121,00	\$ 121,00	\$ 121,00	\$ 121,00	\$ 121,00	\$ 121,00	\$ 121,00	\$ 121,00	\$ 121,00	\$ 121,00	\$ 121,00
Utilidad Operativa	\$ 1.736,32	\$ 1.736,32	\$ 1.736,32	\$ 1.736,32	\$ 1.736,32	\$ 1.736,32	\$ 1.736,32	\$ 993,82	\$ 993,82	\$ 1.736,32	\$ 1.736,32	\$ 993,82
Gastos Financieros	\$ 249,79	\$ 249,79	\$ 249,79	\$ 249,79	\$ 249,79	\$ 249,79	\$ 249,79	\$ 249,79	\$ 249,79	\$ 249,79	\$ 249,79	\$ 249,79
Utilidad Neta (Utilidad antes de Impto.)	\$ 1.486,54	\$ 1.486,54	\$ 1.486,54	\$ 1.486,54	\$ 1.486,54	\$ 1.486,54	\$ 1.486,54	\$ 744,04	\$ 744,04	\$ 1.486,54	\$ 1.486,54	\$ 744,04
Repartición Trabajadores	\$ 222,98	\$ 222,98	\$ 222,98	\$ 222,98	\$ 222,98	\$ 222,98	\$ 222,98	\$ 111,61	\$ 111,61	\$ 222,98	\$ 222,98	\$ 111,61
Utilidad antes Impto. Renta	\$ 1.263,56	\$ 1.263,56	\$ 1.263,56	\$ 1.263,56	\$ 1.263,56	\$ 1.263,56	\$ 1.263,56	\$ 632,43	\$ 632,43	\$ 1.263,56	\$ 1.263,56	\$ 632,43
Impuesto a la Renta (22%)	\$ 277,98	\$ 277,98	\$ 277,98	\$ 277,98	\$ 277,98	\$ 277,98	\$ 277,98	\$ 139,14	\$ 139,14	\$ 277,98	\$ 277,98	\$ 139,14
Utilidad Disponible	\$ 985,58	\$ 985,58	\$ 985,58	\$ 985,58	\$ 985,58	\$ 985,58	\$ 985,58	\$ 493,30	\$ 493,30	\$ 985,58	\$ 985,58	\$ 493,30

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Tabla 38: Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Estado de Resultado					
% de Repartición Utilidades a Trabajadores	15%	15%	15%	15%	15%
% de Impuesto a la Renta	22%	22%	22%	22%	22%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 178.650,00	\$ 187.582,50	\$ 196.961,63	\$ 206.809,71	\$ 217.150,19
Costo de Venta	\$ 95.617,50	\$ 98.964,11	\$ 102.427,86	\$ 106.012,83	\$ 109.723,28
Utilidad Bruta en Venta	\$ 83.032,50	\$ 88.618,39	\$ 94.533,77	\$ 100.796,87	\$ 107.426,91
Gastos Sueldos y Salarios	\$ 48.504,64	\$ 53.355,10	\$ 58.690,61	\$ 64.559,67	\$ 71.015,64
Costos Fijos (Sin sueldos y salarios)	\$ 10.020,00	\$ 10.449,00	\$ 10.898,73	\$ 11.370,22	\$ 11.864,55
Gastos de Depreciación	\$ 4.447,47	\$ 4.447,47	\$ 4.447,47	\$ 3.485,90	\$ 3.485,90
Gastos de Amortización	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00
Utilidad Operativa	\$ 18.608,39	\$ 18.914,82	\$ 19.044,96	\$ 19.929,09	\$ 19.608,82
Gastos Financieros	\$ 2.997,42	\$ 2.463,53	\$ 1.864,91	\$ 1.193,69	\$ 441,08
Utilidad Neta (Utilidad antes de Impto.)	\$ 15.610,97	\$ 16.451,28	\$ 17.180,05	\$ 18.735,40	\$ 19.167,75
Repartición Trabajadores	\$ 2.341,65	\$ 2.467,69	\$ 2.577,01	\$ 2.810,31	\$ 2.875,16
Utilidad antes Impto. Renta	\$ 13.269,32	\$ 13.983,59	\$ 14.603,04	\$ 15.925,09	\$ 16.292,58
Impuesto a la Renta (22%)	\$ 2.919,25	\$ 3.076,39	\$ 3.212,67	\$ 3.503,52	\$ 3.584,37
Utilidad Disponible	\$ 10.350,07	\$ 10.907,20	\$ 11.390,37	\$ 12.421,57	\$ 12.708,22

Elaborado por: Melissa Luque

7.6.2.1 Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja que muestra en la siguiente tabla, muestra el dinero que queda en la empresa. A este se le suma su recuperación de activos y capital de trabajo al quinto año de labores.

Tabla 39: Flujo de Caja

Flujo de Efectivo					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	\$ 10.350,07	\$ 10.907,20	\$ 11.390,37	\$ 12.421,57	\$ 12.708,22
(+) Gastos de Depreciación	\$ 4.447,47	\$ 4.447,47	\$ 4.447,47	\$ 3.485,90	\$ 3.485,90
(+) Gastos de Amortización Act. Dif.	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00
(-) Pago de Capital	\$ 4.402,87	\$ 4.936,76	\$ 5.535,39	\$ 6.206,61	\$ 6.959,22
(+) Recuperación de Activos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.209,79
Flujo Anual	\$ 11.846,67	\$ 11.869,91	\$ 11.754,46	\$ 11.152,86	\$ 12.896,69
Flujo Acumulado	\$ 11.846,67	\$ 23.716,58	\$ 35.471,04	\$ 46.623,90	\$ 59.520,59

Elaborado por: Melissa Luque

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

7.6.2.1.1 Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.2.1.1.1 TMAR

El significado de las siglas TMAR es tasa mínima atractiva de retorno la misma representa la tasa mínima que se espera de la inversión. Su cálculo considera lo siguiente: Tasa de inflación más la Tasa pasiva bancaria más el Riesgo el cual se calcula multiplicando (Tasa inflación y la Tasa pasiva bancaria) (Castro)

Tabla 40: TMAR

TMAR	12,51%
-------------	---------------

Elaborado por: Melissa Luque

7.6.2.1.1.2 VAN

El VAN representa las riquezas de los accionista y el valor de la empresa su calculo esta compuesto por todos los ingresos y egresos de la empresa y luego se subtrae la inversión inicial. (Carlos Piñeiro Sánchez, 2006)

Tabla 41: VAN

VAN	\$ 7.225,26
------------	--------------------

Elaborado por: Melissa Luque

7.6.2.1.1.3 TIR

La tasa interna de rendimiento representa la rentabilidad del negocio, su cálculo incluye la inversión de los accionistas y los flujos proyectados. (Bu, 1981)

Tabla 42: TIR

TIR	21%
------------	------------

Elaborado por: Melissa Luque

7.6.2.1.1.4 PAYBACK

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

El payback consiste en la estimación de la recuperación de la inversión, se calcula de la siguiente manera, inversión dividido para el flujo de caja; en el caso de Party World su recuperación será al 3er año.

7.7 Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

7.7.1 Gastos Administrativos

Para este inciso se analizará los gastos administrativos más significativos para la empresa como lo son, los sueldos y salarios. La suma de los mismos para el primer año son: \$48.504,64. Si a este rubro se le incremento un 15% para el segundo año, su valor incrementaría a \$55.780,33. Y sus indicadores financieros serian los siguientes:

Tabla 43: Afectación de indicadores financieros por incremento en sueldos y salarios

VAN	\$ 2.937,73
TIR	16%

Elaborado por: Melissa Luque

7.7.2 Gastos de Ventas

Si los gastos de ventas se aumentan en 5% es decir de \$2,220.00 a \$2,331.00, los indicadores financieros no representan cambios representativos.

7.7.3 Inversión en Activos Fijos

En el caso de que la inversión en activos fijos no sea el actual (\$35,051.05) sino mayor en 10%, es decir \$38,556.16, los indicadores financieros se verían afectados de la siguiente manera,

Tabla 44: Afectación de indicadores financieros por incremento en Activos fijos

VAN	\$ 4.823,66
------------	--------------------

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

TIR	18%
------------	-----

Elaborado por: Melissa Luque

7.7.4 Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)

Si la tasa de interés del préstamo bajaría en un 2%, es decir a 9,5%, los gastos financieros bajarían de:

Tabla 45: Gastos financieros con interés del 11,5%

	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
INTERES	\$ 2.997,42	\$ 2.463,53	\$ 1.864,91	\$ 1.193,69	\$ 441,08

Elaborado por: Melissa Luque

A:

Tabla 46: Gastos financieros con interés del 8,5%

	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
INTERES	\$ 2.467,01	\$ 2.010,48	\$ 1.508,65	\$ 957,00	\$ 350,61

Elaborado por: Melissa Luque

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

7.8 Balance General

A continuación se muestra el balance general proyectado a 5 años de gestión de la empresa Party World.

Tabla 47: Balance General

Balance General						
ACTIVOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes						
Caja/Bancos	\$ 5.267,05	\$ 17.113,73	\$ 28.983,64	\$ 40.738,09	\$ 51.890,95	\$ 64.787,64
Total Activos Corrientes	\$ 5.267,05	\$ 17.113,73	\$ 28.983,64	\$ 40.738,09	\$ 51.890,95	\$ 64.787,64
Activos Fijos						
Muebles y Enseres	\$ 19.654,00	\$ 19.654,00	\$ 19.654,00	\$ 19.654,00	\$ 19.654,00	\$ 19.654,00
Equipos de Computación	\$ 2.870,00	\$ 2.870,00	\$ 2.870,00	\$ 2.870,00	\$ 2.870,00	\$ 2.870,00
(-) Depreciación Acumulada		\$ 4.447,47	\$ 8.894,94	\$ 13.342,41	\$ 16.828,31	\$ 20.314,21
Total Activos Fijos	\$ 22.524,00	\$ 18.076,53	\$ 13.629,06	\$ 9.181,59	\$ 5.695,69	\$ 2.209,79
Activos Diferidos						
Gastos Pre operacionales	\$ 7.260,00	\$ 7.260,00	\$ 7.260,00	\$ 7.260,00	\$ 7.260,00	\$ 7.260,00
(-) Amortización Acumulada	0	\$ 1.452,00	\$ 2.904,00	\$ 4.356,00	\$ 5.808,00	\$ 7.260,00
Total Activos Diferidos	\$ 7.260,00	\$ 5.808,00	\$ 4.356,00	\$ 2.904,00	\$ 1.452,00	\$ -
Total Activos	\$ 35.051,05	\$ 40.998,25	\$ 46.968,69	\$ 52.823,68	\$ 59.038,64	\$ 66.997,43
PASIVOS Y PATRIMONIO						
Pasivos						
Préstamo Bancario	\$ 28.040,84	\$ 28.040,84	\$ 28.040,84	\$ 28.040,84	\$ 28.040,84	\$ 28.040,84
(-)Pago de Préstamo Bancario Acumulado	0	\$ 4.402,87	\$ 9.339,63	\$ 14.875,02	\$ 21.081,63	\$ 28.040,84
Total de Pasivos	\$ 28.040,84	\$ 23.637,97	\$ 18.701,21	\$ 13.165,82	\$ 6.959,22	\$ -
Patrimonio						
Capital Social	\$ 7.010,21	\$ 7.010,21	\$ 7.010,21	\$ 7.010,21	\$ 7.010,21	\$ 7.010,21

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Utilidad del Ejercicio	0	\$ 10.350,07	\$ 10.907,20	\$ 11.390,37	\$ 12.421,57	\$ 12.708,22
Utilidades Retenidas	0	0	\$ 10.350,07	\$ 21.257,27	\$ 32.647,65	\$ 45.069,22
Recuperación de activos	0	0	0	0	0	\$ 2.209,79
Total Patrimonio	\$ 7.010,21	\$ 17.360,28	\$ 28.267,48	\$ 39.657,86	\$ 52.079,43	\$ 66.997,43
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 35.051,05	\$ 40.998,25	\$ 46.968,69	\$ 52.823,68	\$ 59.038,64	\$ 66.997,43

Elaborado por: Melissa Luque

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

7.8.1 Razones Financieras

7.8.1.1 Liquidez

Debido a que la empresa no posee pasivos corrientes no es posible determinar esta razón financiera.

7.8.1.2 Gestión

La razón de gestión no aplica para esta empresa puesto que las compras se las realizará al contado y no posee inventario de los productos.

7.8.1.3 Endeudamiento

A continuación se muestra la capacidad de endeudamiento de la empresa durante los 5 años de labores.

Tabla 48: Endeudamiento

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Endeudamiento	80%	58%	40%	25%	12%

Elaborado por: Melissa Luque

7.8.1.4 Rentabilidad

Tabla 49: Rentabilidad

Rentabilidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen de Utilidad Bruta	46%	47%	48%	49%	49%
Margen de Utilidad Operativa		10%	10%	10%	9%
Margen de UAI		9%	9%	9%	9%
Margen de Utilidad Neta		6%	6%	6%	6%
ROA		35%	33%	32%	29%
ROE		0,58	0,43	0,36	0,29
Rendimiento sobre CT		312%	326%	356%	364%

Elaborado por: Melissa Luque

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

Conclusión Financiera

De acuerdo al estudio financiero realizado se confirma la rentabilidad de la empresa Party World; esto se comprueba con el porcentaje de la TIR, la cual es del 21%, sin embargo lo más significativo es la TIR en su escenario menos favorable como lo es en incremento de los sueldos y salarios: en donde la TIR baja en un 5%; sin embargo a pesar de eso se mantiene positiva con un 16%.

Otros indicadores significativos de resaltar los de rentabilidad los cuales confirman el éxito del negocio, y su capacidad de endeudamiento la cual nos indica que la empresa podría adquirir bienes a crédito, con el fin de incrementar su activos sin problema alguno.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

8 PLAN DE CONTINGENCIA

8.1 Plan de administración del riesgo

8.1.1 Principales riesgos

Los riesgos más significativos para la empresa son: la copia de servicios, ideas y productos, los accidentes automovilísticos o catástrofes naturales y el tiempo para montar cada uno de los eventos. Así mismo a nivel macro, la declinación en los ingresos de los padres de familia, cambios en leyes, incremento de impuestos, la inestabilidad del país, y el desinterés de servicio.

8.1.2 Reuniones para mitigar los riesgos

Con el fin de aminorar los riesgos en lo que respecta a la copia de productos servicios se acordará con los colaboradores que cada una de la innovaciones no podrá ser divulgada por lo menos hasta que sea implementada por primera vez, así mismo todos los viernes de cada semana se realizará una reunión al final de la jornada para organizar los tiempos del fin de semana, para de esta manera evitar colapsos o impuntualidades, y saber como actuar ante diferentes situaciones.

En lo que respecta a catástrofes naturales y accidentes se educará a los colaboradores para que sepan como reaccionar ante este tipo de situaciones.

Con respecto a los factores macro la empresa se deberá ajustar a los cambios, por ejemplo en el caso de una baja en los ingresos de los padres de familia, se podría reajustar los precios tanto de los productos como de los servicios.

8.1.3 Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)

Con el fin de adquirir apreciaciones nuevas de donde se pueda generar riesgo para la empresa se convocará a los colaboradores para que aporten con sus percepciones. Se trabajará con el siguiente formato durante la reunión:

- ✓ Detección de riesgos.
- ✓ Localización del origen.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

- ✓ Exposición de posibles soluciones y/o medias a tomar.
- ✓ Conclusiones.
- ✓ Recomendaciones y acciones a tomar ante la situación.

8.2 Planeación de la respuesta al riesgo

8.2.1 Monitoreo y control del riesgo

Con fin de asegurar que el plan de contingencia funcione correctamente se deberá medir y analizar las debilidades de las acciones, así como también los fuertes para equilibrarlos.

8.2.2 Revisiones periódicas y evaluación del riesgo

La persona responsable de hacer las revisiones periódicas es el administrador, en conjunto deberá organizar y dirigir las reuniones para su análisis y evaluación. El método que se usará para calificar esta compuesto por 3 medidas: alto, medio y bajo: en donde 1 es bajo y 3 es alto.

8.2.3 Reporte del riesgo

Los reportes se realizarán posterior a las reuniones y evaluaciones; las mismas que se ejecutarán al menos 3 veces al año. De estos reportes el encargado será el administrador y deberá ser distribuirlos a todos los colaboradores y accionistas.

8.2.4 Estrategias de Salida

Para todo trabajo de titulación es indispensable considerar estrategias de salida, ya que existe la posibilidad de que la misión y/o visión no se cumplan. Entre de las estrategias de salida para este trabajo de titulación se han determinado las siguientes:

- ✓ Venta parcial o total de la empresa
- ✓ Asociación con empresas que proporcionen el mismo servicio.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

8.3 Plan de Contingencia y Acciones Correctivas

El plan de contingencia asegurará los recursos humanos, materiales, y financieros de la empresa; motivo por el cual el plan consiste en identificar, ejecutar acciones, retroalimentar y capacitar al personal para evitar riesgos futuros.

- ✓ Copia de productos: La imitación de productos es inevitable sin embargo Party Wolrd desea al menos ser los primeros en presentarlos.
- ✓ Ideas y productos a un costo menor: Se resalara la calidad del producto, con el fin de diferenciar los productos y así tenga el mismo objetivo, nunca serán iguales.
- ✓ Accidentes o catástrofes naturales: Se capacitará al personal para que sepan como actuar ante este tipo de situaciones.
- ✓ Tiempo para montaje de eventos: los días viernes se acordaran los itinerarios para el fin de semana, horas, recorridos y demás.
- ✓ Ante las situaciones macro: la empresa deberá analizarlas y adaptarse o buscar nuevas estrategias con el fin de mantenerse en el mercado.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

9 CONCLUSIONES

Una vez concluido el trabajo de investigación y realizado su respectivo análisis se pueden indicar las siguientes conclusiones.

- ✓ El trabajo de titulación demuestra por medio de una investigación de mercado que en la ciudad de Guayaquil existe la necesidad de ofrecer un servicio completo de organización de eventos infantiles, el cual ofrezca servicios como repartición de invitaciones, almacenamiento de producto y toda su logística.
- ✓ Pese a que las familias actuales están conformadas por padre, madre e hijo y en algunos casos hasta 2 hijos; cuando se trata de los cumpleaños de sus hijos o actividades recreativas buscan siempre adquirir los mejores productos y servicios.
- ✓ De acuerdo a las encuestas y focus group realizados la mayoría de las madres confirmaron que realizarían fiesta hasta los 10 años de edad de sus hijos, lo cual indica que la empresa podría realizar al menos una fiesta anual por familia.
- ✓ Las fiestas infantiles giran en torno a la cantidad de invitados los cuales se calculan no solo por niño sino porque a estos se le suman dos más que representa a los padres de familia.
- ✓ Se pudo detectar que no existe mayor preferencia entre los temas para las fiestas sin embargo la calidad de los productos de decoración y repostería es de gran importancia y siempre se busca que sea de la mejor.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

- ✓ De los paquetes que ofrece Party World el más atractivo para las madres de familia fue el Party Favor, elegido por un 87%; el cual abarca el servicio más completo que brinda la empresa. Este paquete tiene un valor por servicio de \$1,325.67 y se ha proyectado vender 21 paquetes al mes.

- ✓ Otro punto destacable de es la confirmación de la rentabilidad del negocio puesto que incluso en su escenario menos atractivo su tasa interna de retorno es positiva.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

10 RECOMENDACIONES

Con el fin de mejorar la operacionalidad del negocio se recomienda poner en práctica las siguientes recomendaciones:

- ✓ Promocionar el servicio destacando la calidad de sus productos y la variedad de sus servicios.
- ✓ Invertir en una de sus debilidades como es el local para eventos.
- ✓ Incluir a su staff de trabajos más organizadores y ampliar la capacidad de la bodega.
- ✓ Incluir dentro de sus paquetes uno emergente es decir uno que el cual no necesariamente necesite ser solicitado con 2 meses de anterioridad.
- ✓ Analizar la posibilidad de certificarse en procesos de calidad.
- ✓ Adquirir un seguro para el automóvil, contra robo y contra incendios.
- ✓ Promocionar la empresa en radios.

CAPÍTULO 11

FUENTES

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

11 FUENTES

- Alicia Garrido Luque (Coordinadora). (2006). *Sociopsicología del trabajo*. Eureka media: Editorial UOC.
- Antonio Bautista García-Vera, J. G. (2009). *Nuevas funciones de la evaluación*. Ministerio de Educación España.
- Asamblea Constituyente. (2008). *Mandato Constituyente # 8*. Montecristi.
- Ávalos, E. (08 de Noviembre de 2010). *La Teoría del Consumidor: Preferencias y Utilidad*. Recuperado el 01 de 06 de 2013, de <http://mpa.ub.uni-muenchen.de/>
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR . (2009). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR* . Recuperado el 1 de Junio de 2013, de www.bce.fin.ec
- Banco Central del Ecuador. (31 de 07 de 2013). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 28 de 08 de 2013, de Banco Central del Ecuador: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Banco Central del Ecuador. (Agosto de 2013). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/mensual/ICC201308.pdf>
- Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación*. Pearson Education.
- Bu, R. C. (1981). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. Mexico: Limusa.
- Carlos Piñeiro Sánchez, P. d. (2006). *Dirección financiera: modelos avanzados de decisión con excel*. Delta Publicaciones.
- Castro, F. G. (s.f.). *El estudio económico - financiero y la evaluación en proyectos de la industria química*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- CONEVYT. (s.f.). *Organización Conevyt*. Recuperado el 24 de Abril de 2013, de http://www.conevyt.org.mx/cursos/cursos/vaco/contenido/revista/vacr_index.htm#top
- Crece Negocios. (24 de Agosto de 2012). *Crece Negocios*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2013, de <http://www.crecenegocios.com/la-distribucion-del-producto>
- Dirección Nacional de Obtenciones Vegetales. (22 de agosto de 2013). *Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual*. Recuperado el 25 de agosto de 2013, de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/propiedad-intelectual/>
- Ecuador en Cifras. (2013). *Ecuador en Cifras*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2013, de <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/cienciaTecnologia.html#>

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

- Ecuador en Cifras. (2010). *Ecuador en Cifras*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2013, de <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/cenec.html#tpi=737>
- ECUADOR, C. D. (2008). *Asamblea Nacional del Ecuador*. Recuperado el 5 de julio de 2013, de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- El Pleno de los académicos. (diciembre de 2011). *DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA - Vigésima segunda edición*. Recuperado el 24 de Abril de 2013, de <http://lema.rae.es/drae/>
- El Telégrafo. (9 de Octubre de 2011). El comercio impulsa el crecimiento de Guayaquil. *El Telégrafo*.
- Espinosa, E. M. (2004). *Benchmarking en áreas y procesos académicos*. ANUIES.
- Fajardo, Ó. (5 de Enero de 2008). *Friendly Business*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2013, de <http://fbusiness.wordpress.com/2008/01/05/el-concepto-de-posicionamiento-en-las-empresas-y-estrategias-para-su-desarrollo/>
- FOPE. (Abril de 2013). *Eventos Fope*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2013, de <http://www.eventosfope.com/#!convention/c1nke>
- INEC. (201). *ANUARIO DE ESTADIASTICAS VITALES: NACIMEINTO Y DEFUNCIONES*. Quito: Comunicacion Social.
- INEC. (2011). *Anuario de estadísticas*. Quito: Comunicacion Social.
- Inma Rodriguez (Coordinadora). (2006). *Principios y estrategias de marketing*. Eureka Media: Editorial UOC.
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (2013). *Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual*. Recuperado el 25 de Agosto de 2013, de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/propiedad-intelectual/>
- ITIL V3. (2013). *Osiatis*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2013, de http://itilv3.osiatis.es/estrategia_servicios_TI.php
- J. David Hunger, Thomas L Wheelen Miguel Angel Sánchez Guillermo van der Linde Humberto Mejía J David Hunger. (2007). *Administracion Estrategica Y Politica de Negocios 10ed*. Pearson Education.
- Jaime Rivera, Victor Molero, Jaime Rivera Camino, Rolando Arellano Cueva, Víctor Manuel Molero Ayala. (2009). *Conducta del consumidor: Estrategias y políticas aplicadas al marketing*. ESIC.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

José Manuel Serrano González-Tejero, M. T. (1991). *Introducción a la psicología genética y sus relaciones con las disciplinas afines del currículum universitario*. EDITUM.

Josefa Parreño Selva, Enar Ruiz Conde, Ana Belén Casado Díaz. (2008). *Dirección Comercial*. España: Editorial Club Universitario.

Kotler, P. (2002). *Dirección de Mercadotecnia*. Mexico: Pearson Education.

Kotler, P. (2003). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson Education.

La Comisión de Legislación y Codificación. (22 de Febrero de 2006). *Bolsa de Valores de Guayaquil*. Recuperado el 15 de Agosto de 2013, de www.mundobvg.com/legal/normativas.asp

Leyva, M. (2012). *¿Actividad Paranormal? O ¿Realidad Espiritual?: Manual de Guerra Espiritual, Sanidad Y Liberación*. Estados Unidos: Palibrio.

Martha Elena Vargas Quiñones y Luzángela Aldana de Vega. (2007). *Calidad y Servicio. Conceptos y herramientas*. La Sabana: Universidad de La Sabana,.

MCPEC. (19 de Octubre de 2012). *PROYECTO EMPRENDECUADOR SE EXPONDRÁ EN VI FORO DE COMPETITIVIDAD DE LAS AMÉRICAS*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2013, de <http://www.produccion.gob.ec/proyecto-emprendecuador-se-expondra-en-vi-foro-de-competitividad-de-las-americas/>

Mora, M. E. (2006). *Metodología de la investigación: desarrollo de la inteligencia*. Cengage Learning Editores.

MRL. (30 de Abril de 2008). *Ministerio de Relaciones Laborales*. Recuperado el 15 de Agosto de 2013, de <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Mandato-Constituyente-No.-8.pdf>

Mundo Fiestas. (2009). *Mundo Fiestas*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2013, de <http://www.guimun.com/ecuador/secciones/3791/mundo-fiesta-un-mundo-de-sorpresas/contacto>

O. C. Ferrell, M. D. (2006). *Estrategia de Marketing*. Cengage Learning Editores.

PGE. (Mayo de 2013). *Proaduría General del Estado*. Recuperado el 17 de Agosto de 2013, de www.pge.gob.ec/es/documentos/doc.../225-codigo-del-trabajo.html

Pulso Ecuador. (26 de Mayo de 2006). Los gastos suntuarios de los ecuatorianos, en crecimiento.

Puro Marketing. (2013). *Puro Marketing*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2013, de <http://www.puromarketing.com/index.php?mod=diccionario&qd=mercado+potencial#>

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

SC. (5 de Noviembre de 1999). *Super Intendencia de Compañías*. Recuperado el 16 de Agosto de 2013, de http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf

SENPLADES. (26 de Febrero de 2009). *Patrimonio*. Recuperado el 13 de Marzo de 2013, de http://www.patrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_del_Buen_Vivir_-_Resumen.pdf

sOPO. (2013). *E BUSINESS*.

SRI. (2010). *Servicio de Rentas Interna*. Recuperado el 7 de octubre de 2013, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

UNICEF. (Julio de 2004). *Primera Infancia LAC*. Recuperado el 12 de Marzo de 2013, de <http://primerainfancialac.org/publicaciones/all/thumbnails/3-UNICEF-desarrollo-psicosocial.pdf>

Unidad de Salud de Adolescentes, División de Promoción y Protección de la. (2001). *Enfoque de habilidades para la vida para un desarrollo saludable de niños y adolescentes*. Washington: María Virginia Pinotti.

Valletta, L. (2000). *Derecho Comercial*. Buenos Aires: Valletta Ediciones SRL.

Varo, J. (1994). *Gestión estratégica de la calidad en los servicios sanitarios*. Díaz de Santos.

Walther, L. M., & Skousen, C. J. (2009). *Long-Term Assets*. Ventus Publishing.

World Book, Inc. (2013). *World Book*. Recuperado el 24 de Agosto de 2013, de <http://www.worldbook.com/component/content/?wbredirect=1&Itemid=206>

CAPÍTULO 12

ANEXOS

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

12 ANEXOS

1 Contrato por prestación de servicios.

CONTRATO EVENTUAL

PRIMERA.- INTERVINIENTES El presente Contrato de Prestación de Servicios se celebra entre la compañía INNOVAEVENTOS S.A. Con el RUC N° 0915862296001, representada por Melissa Lucía Luque Zambrano con C.I. N° 0915862296, que en lo sucesivo se denominará "LA COMPAÑIA" y el Sr. Luis Iván Villamar Cruz con C.I. N° 0981293860, que en lo sucesivo se denominará "EL MESERO".

SEGUNDA.- ANTECEDENTES

- a) LA COMPAÑIA se dedica a la asesoría y organización de eventos, principalmente infantiles. Reconocida por la buena calidad de sus productos y servicio.
- b) EL MESERO se dedica a la prestación de servicio como mesero.

TERCERA.- OBJETO El objeto del presente contrato es que EL MESERO proporcione sus servicios a favor de LA COMPAÑIA. A continuación se detallan las responsabilidades: repartición y buen uso de los alimentos y bebidas que se ofrezcan en el evento. Limpieza del local.

CUARTA.- PROCEDIMIENTO

- a) EL CLIENTE solicitará la prestación de servicios por ocho horas al día los días viernes, sábados o domingos. Cae indicar que estas ocho horas podrán ser durante la mañana o tarde. Una vez confirmada la hora, el salario, responsabilidades y la aceptación de EL MESERO se procederá con el cumplimiento del presente contrato.

QUINTA.- FORMA DE PAGO La remuneración se realizará en efectivo el día del evento. Este se dividirá en 2 el 50% cuando EL MESERO llegue y 50% culminadas las ocho horas de trabajo. A fin de constatar los pagos, LA COMPAÑIA emitirá un comprobante de pago el cual deberá ser firmando por EL MESERO.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

SEXTA.- SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS En caso de surgir inconformidades o discrepancias en la interpretación y cumplimiento de este contrato, y cuando las partes no puedan llegar a una solución amistosa, éstas acuerdan someterse a un proceso de arbitraje en uno de los Centro de Arbitraje y Conciliación de la ciudad de Guayaquil.

SEPTIMO.- PLAZO Este contrato tiene vigencia de un año desde el 1 de septiembre del 2013 hasta el 31 de agosto del 2014.

OCTAVO.- CONFIDENCIALIDAD EL MESERO no deberá divulgar ni antes ni después del término de este contrato, los movimientos que hiciere la empresa sean estos económicos, legales, administrativos, así también como precios y productos que adquiera la compañía. De no respetar esta clausula LA COMPAÑIA podrá levantar los cargo pertinentes en contra de EL MESERO a fin de defender sus intereses.

NOVENA.- SUSCRIPCIÓN En la ciudad de Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2013, ambas partes suscriben este contrato en tres ejemplares de igual tenor y valor.

EL MESERO

INNOVAEVENTOS S.A.

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

2 Tarjetas para encuestas

Tradicional



Modernos





NIVEL DE AGRADO

ME AGRADA MUCHO _____ (4)
ME AGRADA _____ (3)
ME AGRADA POCO _____ (2)
ME DESAGRADA _____ (1)

IMPORANCIA

MUY IMPORTANTE _____ (5)
IMPORTANTE _____ (4)
NORMAL _____ (3)
POCO IMPORTANTE _____ (2)
NADA IMPORTANTE _____ (1)

Paquetes de servicios

Paquete asesoría <ul style="list-style-type: none">• Ideas para decoración y juegos• Cantidad y tipos de repostería según invitados	Paquete pinata <ul style="list-style-type: none">• Paquete balloons• Alimentación y bebidas• Piñata
---	--

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

<ul style="list-style-type: none">• Datos de locales	<ul style="list-style-type: none">• Sorpresa
<ul style="list-style-type: none">• Paquete balloons• Paquete asesoría• Decoración• Repostería• Tarjetería	<ul style="list-style-type: none">• Paquete party favor• Paquete pinata• Animación• Premios• Almacenamiento y transportación

3 Web Page

“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”



“Propuesta para la creación de una empresa desarrolladora de fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil”

4 Guía de Recepción de Productos

GUÍA DE RECEPCIÓN DE PRODUCTOS			
NO.		NOMBRE DE LA PERSONA QUE ENTREGA	
FECHA		NOMBRE DE LA PERSONA QUE RECIBE	
PROVEEDOR			
CLIENTE			

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	ESTADO	DETALLE DEL ESTADO	DEVOLUCIÓN	MOTIVO

ESTADOS
A: ACEPTABLE
B: INACEPTABLE

DEVOLUCION
SI
NO

OBSERVACIONES: