

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Ingeniería en Marketing

Tema del Proyecto

**Plan de Mercadeo para la Introducción de la empresa
de Servicios de Fiestas Infantiles “Mundo Mágico” en
el Cantón Durán**

Autora

Yuliana Lisbeth Domínguez Andrade

Tutor

Danny Barbery Montoya, MBA

Año

2012

AGRADECIMIENTO

Hoy es el cierre de un largo camino que no lo hubiera podido recorrer sin la ayuda de muchas personas y por ello llegó el momento de agradecerles.

Quiero comenzar agradeciendo a Dios, que es el soporte de mi vida, sin su guía y sus bendiciones no hubiera podido cumplir con cada una de mis metas.

A mis padres Manuel Domínguez y Mercy Andrade de Domínguez que son el pilar fundamental en mi vida y que siempre han estado conmigo en las buenas y en las malas, sin ellos no hubiera podido llegar hasta donde estoy, esto no solo es mi logro sino también el de ellos, porque sin su apoyo, esto no sería una realidad. No puedo dejar a un lado a mis hermanos Juan Manuel y María Antonieta Domínguez Andrade, sin duda alguna tengo los mejores hermanos, los dos son el mejor ejemplo de lucha, los admiro por cada uno de sus logros y por su perseverancia, gracias por siempre estar conmigo en los momentos que los necesito.

También, quiero agradecer al Econ. Danny Barbery Montoya, por cada una de sus palabras las cuales me motivaron a seguir adelante y es hoy cuando le digo Gracias por esas historias que contar y por al apoyo incondicional que me ha dado en todo el proceso de mi trabajo de titulación. Además quiero agradecer a cada uno de mis profesores por compartir conmigo sus conocimientos, los cuales estoy segura que me ayudarán para ser mejor persona y profesional.

A lo largo de mi carrera universitaria conocí muchas personas, en algún momento llegué a pensar que en la Universidad no se encontraban amigos y es hoy cuando puedo decir que sí los encontré, agradezco a cada uno de ellos por aportar en mi con un granito de arena para que yo sea mejor persona. Por último, quiero agradecer a cada una de las personas que de una u otra manera me ayudaron en cada paso de mi proyecto de titulación.

No me queda más que decir GRACIAS a todos porque sin Uds. esto que fue un sueño hace muchos años atrás, hoy se está convirtiendo en realidad.

Yuliana Domínguez Andrade

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de titulación a Dios, a mis padres, a mis hermanos y a mi abuelita Antonieta Montiel.

A Dios, porque siempre ha estado conmigo, guiándome y dándome fuerzas para continuar siempre en el camino del bien.

A mis padres, porque siempre se han preocupado por mi bienestar y me han apoyado en todo momento de mi carrera, en especial a mi mami Mercy Andrade de Domínguez porque desde que nací ella veló siempre por mí. Mami este trabajo es más tuyo que mío por todas esas desveladas que no solo eran mías sino también tuyas, por tu apoyo incondicional y por la confianza que depositaste en mi.

A mi hermano Juan Manuel Domínguez Andrade, que es mi ejemplo a seguir, porque ha logrado cada meta que se ha propuesto, con esfuerzo y sacrificios es lo que es hoy en día.

A mi hermana María Antonieta Domínguez Andrade, mi compañera de cuarto por muchos años que hoy en día más que mi hermana es mi amiga, ñaña gracias por siempre preocuparte por mí.

A mi abuelita Antonieta Montiel, porque aunque no está físicamente conmigo, sé que desde el cielo está orgullosa de mí por este logro.

Yuliana Domínguez Andrade

TABLA DE CONTENIDO

<u>1. ANTECEDENTES</u>	<u>I</u>
<u>A. JUSTIFICACIÓN</u>	<u>II</u>
<u>B. PROBLEMÁTICA</u>	<u>III</u>
<u>C. OBJETIVOS DEL PROYECTO DE TITULACIÓN</u>	<u>IV</u>
<u>D. RESULTADOS ESPERADOS</u>	<u>IV</u>
<u>E. MARCO TEÓRICO</u>	<u>V</u>

CAPÍTULO I ANÁLISIS SITUACIONAL

1.1 MACROENTORNO	1
1.1.1 ENTORNO ECONÓMICO	1
1.1.2 ENTORNO POLITICO – LEGAL.....	5
1.1.3 ENTORNO SOCIO – CULTURAL	6
1.1.4 FACTORES CLIMÁTICOS	7
1.2 MICROENTORNO	7
1.2.1 EMPRESA	7
1.2.1.1 MISIÓN	8
1.2.1.2 VISIÓN	8
1.2.1.3 VALORES CORPORATIVOS	8
1.2.1.4 OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	8
1.2.1.5 ORGANIGRAMA.....	9
1.2.1.7 SERVICIOS.....	11
1.2.2 CLIENTE	12
1.2.3 COMPETENCIA	12
1.2.3.1 COMPETENCIA DIRECTA.....	12
1.2.3.2 COMPETENCIA INDIRECTA	12

1.2.4	PROVEEDORES.....	13
1.3	HERRAMIENTAS DE ANALISIS.....	13
1.3.1	CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.....	13
1.3.2	ANALISIS DE FORTALEZA, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (F.O.D.A).....	14
1.3.3	MATRIZ EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS (E.F.I).....	15
1.3.4	MATRIZ EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS (E.F.E)	16
1.3.5	FUERZAS DE PORTER	17
1.3.6	CADENA DE VALOR.....	18

CAPÍTULO II INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1	PROBLEMÁTICA	21
2.2	OBJETIVO GENERAL.....	21
2.2.1	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	21
2.3	TIPO DE INVESTIGACIÓN	22
2.5	TIPO DE INFORMACIÓN.....	22
2.6	TAMAÑO DE LA MUESTRA	23
2.7	INFORME DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	24

CAPÍTULO III PLAN DE MERCADEO

3.1	OBJETIVO DE PLAN.....	33
	OBJETIVO DE MARKETING.....	33
3.2	SEGMENTACIÓN.....	34
3.2.1	MACROSEGMENTACIÓN.....	34
3.2.2	MICROSEGMENTACIÓN	35

3.3	POSICIONAMIENTO	36
3.3.1	CUBO ESTRATEGICO.....	36
3.3.2	ESTRATEGIAS BÁSICAS DE DESARROLLO.....	37
3.3.3	ESTRATEGIAS GLOBALES DE MARKETING.....	37
3.3.4	ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO	38
3.4	ANALISIS DEL CONSUMIDOR.....	39
3.4.1	DESCRIPCIÓN DEL CONSUMIDOR O TARGET.....	39
3.4.2	MATRIZ ROLES Y MOTIVOS.....	39
3.4.3	MODELO DE IMPLICACIÓN FOOTE, CONE y BELDING.....	40
3.6.1	DEFINICIÓN DE LA INDUSTRIA.....	41
3.6.2	MATRIZ EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS (E.F.E) – EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS (E.F.I).....	41
3.6.3	MODELO DE NEGOCIO.....	42
3.7	MARKETING MIX	44.
3.7.1	PRODUCTO.....	44
3.7.2	CARACTERISTICAS.....	45
3.7.3	CALIDAD.....	45
3.7.4	DIAGRAMA DE FLOR.....	47
3.7.5	MARCA	48
3.7.6	LOGOTIPO	48
3.7.8	SERVIPANORAMA	49
3.8	PRECIO	51
3.8.1	FACTORES INTERNOS y EXTERNOS.....	54

3.8.2 RELACION DE PRECIO – CALIDAD	54
3.8.3 ESTRATEGIA DE PRECIO.....	54
3.8.4 PLAZA	55
3.8.4.2 CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES DE MARKETING	74
3.8.4.3 ACTIVIDADES DE MUNDO MAGICO	75

CAPÍTULO IV PRESUPUESTACIÓN Y FINANCIAMIENTO

4.1 DEFINICIÓN DE INGRESOS Y EGRESOS	78
4.1.1 INGRESOS	78
4.1.2.1 INVERSIÓN	82
4.1.2.2 COSTOS	87
4.1.2.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS	93
4.1.2.4 GASTOS DE VENTA	97
4.1.2.5 GASTOS DE FINANCIAMIENTO.....	98
4.2 ESTADO DE RESULTADO	99
4.3 PUNTO DE EQUILIBRIO	101
SISTEMA DE GESTIÓN Y DE MONITOREO DEL PROYECTO.....	104

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

INDICES DE TABLAS

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS SITUACIONAL

TABLA # 1: P.I.B Y CRECIMIENTO DEL ECUADOR DEL AÑO 2010 - 2011	2
TABLA # 2: PERMISOS	5
TABLA # 3: MATRIZ E.F.I	15
TABLA # 4: MATRIZ E.F.E	16

CAPÍTULO 2: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

TABLA # 5-6: LO PRIMERO QUE BUSCAN AL MOMENTO DE ORGANIZAR LAS FIESTAS INFANTILES DE SUS HIJOS	27-28
TABLA # 7-8: FACTORES QUE CONSIDERAN AL HACER LA FIESTA EN LOCAL	28

CAPÍTULO 3: PLAN DE MARKETING

TABLA # 9: OBJETIVO DE MARKETING	33
TABLA # 10: OBJETIVO DE VENTAS	34
TABLA # 11: MATRIZ ROLES Y MOTIVOS	39
TABLA # 12: FORMATO DE BASE DE DATOS	66
TABLA # 13: CRONOGRAMAS DE VOLANTES	70
TABLA # 14: CRONOGRAMAS DE CORREOS ELECTRÓNICOS	71
TABLA # 15: CRONOGRAMAS DE ANUNCIOS EN EL PERIÓDICO	72
TABLA # 16: CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES DE MARKETING	74
TABLA # 17: CRONOGRAMA DE MUNDO MÁGICO	75

CAPÍTULO 4: PRESUPUESTACIÓN Y FINANCIAMIENTO

TABLA # 18: INGRESOS POR PAQUETE I	79
TABLA # 19: INGRESOS POR PAQUETE II	79
TABLA # 20: INGRESOS POR PAQUETE III	80
TABLA # 21: INGRESOS POR PAQUETE IV	80
TABLA # 22: OTROS INGRESOS	81
TABLA # 23: RESUMEN DE INGRESOS	82
TABLA # 24: INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS	83

TABLA # 25: MAQUINARIA	83
TABLA # 26: MUEBLES Y ENSERES	83
TABLA # 27: EQUIPOS DE OFICINA	84
TABLA # 28: EQUIPOS DE OFICINA	84
TABLA # 29: HERRAMIENTAS DE DIVERSIÓN	84
TABLA # 30: INVERSIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	85
TABLA # 31: GASTOS DE INSTALACIONES	85
TABLA # 32: GASTOS DE CONSTITUCIÓN	86
TABLA # 33: PÚBLICIDAD INICIAL	86
TABLA # 34: OTROS ACTIVOS	86
TABLA # 35: UTENSILIOS DE LIMPIEZAS	87
TABLA # 36: COSTOS FIJOS	88
TABLA # 37: COSTOS VARIABLE	89
TABLA # 38: COSTOS PAQUETE I	90
TABLA # 39: COSTOS PAQUETE II	90
TABLA # 40: COSTOS PAQUETE III	91
TABLA # 41: COSTOS PAQUETE IV	91
TABLA # 42: COSTOS DE OTRO SERVICIOS	92
TABLA # 43: RESUMEN DE COSTOS POR PAQUETES	93
TABLA # 44: PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	93
TABLA # 45: SUELDOS Y SALARIOS	94
TABLA # 46: REMUNERACIONES ADMINISTRATIVAS	94
TABLA # 47: SUMINISTROS DE OFICINA	95
TABLA # 48: PRESUPUESTO EN INTERNET	95
TABLA # 49: PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	95
TABLA # 50: GASTOS DE DEPRECIACIÓN	96
TABLA # 51: AMORTIZACIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS	96
TABLA # 52: GASTOS DE PUBLICIDAD	97
TABLA # 53: GASTOS DE FINANCIAMIENTO	98
TABLA # 54: ESTADO DE RESULTADO	100
TABLA # 55: PUNTO DE EQUILIBRIO POR UNIDADES	101
TABLA # 56: PUNTO DE EQUILIBRIO POR UNIDADES MONETARIAS	102
TABLA # 57: SISTEMA DE GESTIÓN Y DE MONITOREO DEL PROYECTO	104

INDICE DE FIGURAS

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS SITUACIONAL

FIGURA # 1: ESCUDO Y BANDERA DE DURÁN	6
FIGURA # 2: ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	9

CAPÍTULO 2: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

FIGURA # 3: DIBUJO DE MARÍA PAULA ESPINOZA	30
FIGURA # 4: DIBUJO DE VALERIA CORTEZ PABLO	30
FIGURA # 5: DIBUJO DE LUIS JAVIER MOREJÓN	31

CAPÍTULO 3: PLAN DE MARKETING

FIGURA # 6: MACROSEGMENTACIÓN	34
FIGURA # 7: CUBO ESTRATEGICO	36
FIGURA # 8: CUADRO DE ESTRATEGIAS BÁSICAS DE DESARROLLO	37
FIGURA # 9: CUADRO DE ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO	38
FIGURA # 10: MATRIZ DE IMPLICACIÓN FOOTE, CONE Y BELDING	40
FIGURA # 11: MODELO E.F.E – E.F.I - MATRIZ MCKENSEY	42
FIGURA # 12: MODELO DE NEGOCIO	43
FIGURA # 13: DIAGRAMA DE FLOR	47
FIGURA # 14: LOGOTIPO	49
FIGURA # 15: INSTALACIONES EXTERNA	49
FIGURA # 16: INSTALACIONES INTERNA	51
FIGURA # 17: PRECIO DE PAQUETES I Y II	52
FIGURA # 18: PRECIO DE PAQUETES III Y IV	53
FIGURA # 19: PLAZA	55
FIGURA # 20: MUNDO MÁGICO (VISTA PICADA)	56
FIGURA # 21: OFICINA - BAR (VISTA FRENTE TRES CUARTO)	56
FIGURA # 22: OFICINA (VISTA FRENTE DIAGONAL)	57
FIGURA # 23: OFICINA (VISTA FRENTE TRES CUARTO)	57
FIGURA # 24: ZONA MÁGICA (VISTA FRENTE TRES CUARTA)	58
FIGURA # 25: ZONA MÁGICA (CONTRA PICADA)	59

FIGURA # 26: ZONA MÁGICA (VISTA TRES CUARTO)	59
FIGURA # 27: ZONA KID'S (VISTA DE FRENTE TRES CUARTO)	60
FIGURA # 28: ZONA KID'S (VISTA DE PICADA)	61
FIGURA # 29: ZONA DE FANTASIAS (VISTA DE FRENTE)	61
FIGURA # 30: ESTACIÓN DE ALIMENTOS (VISTA DE FRENTE)	62
FIGURA # 31: ZONA DE ALIMENTOS (VISTA DE FRENTE)	62
FIGURA # 32: BAR (VISTA DE FRENTE)	63
FIGURA # 33: RECINTO FERIAL DE DURÁN	68
FIGURA # 34: VOLANTE	69

INDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS SITUACIONAL

GRÁFICO # 1: PIB DE PAISES LATINOAMERICANOS	1
GRÁFICO # 2: P.I.B Y CRECIMIENTO DEL ECUADOR DEL AÑO 2010 – 2011	2
GRÁFICO # 3: EVOLUCIÓN DEL VAB, INDUSTRIA OTROS SERVICIOS	3
GRÁFICO # 4: INFLACIÓN ANUAL DEL ECUADOR	4
GRÁFICO # 5: CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO	13

CAPÍTULO 2: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

GRÁFICO # 6: CUÁNTO ES SU PRESUPUESTO A LA HORA DE REALIZAR LAS FIESTAS DE SUS HIJOS?	24
GRÁFICO # 7: CÓMO LE GUSTARIA RECIBIR INFORMACIÓN DEL LUGAR DE SERVICIO DE ORGANIZACIÓN DE FIESTAS INFANTILES?	25
GRÁFICO # 8: QUE FACTORES SON LOS QUE UD CONSIDERA AL MOMENTO DE ADQUIRIR EL SERVICIO DE ORGANIZACIÓN DE FIESTAS INFANTILES?	26
GRÁFICO # 9: QUÉ SERVICIOS ADICIONALES LE GUSTARÍA OBTENER DEL LUGAR QUE ORGANICE FIESTAS INFANTILES	26

CAPÍTULO 4: PRESUPUESTACIÓN Y FINANCIAMIENTO

GRÁFICO # 10: COSTOS VARIABLES	89
---------------------------------------	----

GRÁFICO # 12: PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	101
GRÁFICO #13: PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES MONETARIAS	102

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: RESULTADOS CENSO DE POBLACIÓN 2001 - 2010
ANEXO 2: FORMATO DE FOCUS GROUP
ANEXO 3: CUESTIONARIO DE ENCUESTA
ANEXO 4: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS
ANEXO 5: FOCUS GROUP MADRES
ANEXO 6: FOCUS DE NIÑOS
ANEXO 7: CÁLCULOS DE CLIENTES

TABLA DE ABREVIATURAS

P.I.B: PRODUCTO INTERNO BRUTO
F.O.D.A: ANÁLISIS DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS
E.F.I: MATRIZ EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS
E.F.E: MATRIZ EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS
T.I.R: TASA INTERNA DE RENTABILIDAD
V.A.N: VALOR ACTUAL NETO
V.A.B: VALOR AGREGADO BRUTO
E.T.C: ETCÉTERA
A.D: ACTIVOS DIFERIDOS

RESUMEN EJECUTIVO

Dentro de los sectores del PIB Producto Interno Bruto se encuentra los servicios, desarrollados para satisfacer las necesidades de los diferentes consumidores según el tipo de servicio prestado, de acuerdo al tema seleccionado en este proyecto como es la Organización de eventos, en la actualidad se encuentra cada vez más explotado por el ofertante, convirtiendo el servicio contratado para cualquier tipo de evento en una demanda en crecimiento, inclusive diversificando el servicio según el segmento al que se dirige, entregando valores agregados que hacen que el consumidor decida contratar dichos servicios.

No existe una investigación de mercado previa del sector de servicios enfocado a la organización de eventos en el segmento infantil, razón por la cual el análisis del sector en crecimiento de toma en cuenta según las herramientas utilizadas en el estudio de mercado desarrollado en el proyecto de titulación, donde se considera que las tendencias de la demanda es por el comportamiento de los padres, quienes no tienen el tiempo para organizar las fiestas de sus hijos, por cual buscan a terceros para la realización de la misma, por ser un negocio en crecimiento y poco explotado en el mercado de Durán lo que demuestra que “Mundo Mágico” sería un proyecto viable.

“Mundo Mágico” es una empresa de organización de fiestas infantiles que estará ubicada en el Cantón Durán, en la Av. Nicolás Lapentti la cual es la avenida principal de este Cantón. Se consideró a los habitantes del Cantón Durán como su grupo objetivo, teniendo en cuenta que en este cantón no existe empresa alguna que tenga la infraestructura adecuada para organizar fiestas infantiles.

Con la apertura de “Mundo Mágico” en el Cantón Durán, se pretende abarcar a este mercado que aún no ha sido explotado, logrando con esto ser la única empresa que brinda un lugar de diversión y entretenimiento para los niños y niñas del Cantón.

Para dar a conocer los servicios que la empresa tiene, se utilizará medios tales como: anuncios de periódicos, emailing, volantes que se entregarán en las zonas más concurridas por los habitantes y se creará una página web para que los clientes se puedan informar de una manera más directa de los servicios de Mundo Mágico.

El principal objetivo de “Mundo Mágico” es satisfacer y cumplir con cada uno de los requerimientos de los clientes, ofreciendo a los habitantes del Cantón un lugar con la infraestructura adecuada y segura para cada uno de los niños. A su vez se les dará una variedad de servicios los cuales se manejarán en paquetes, de acuerdo a las necesidades que tengan los clientes. La infraestructura de la empresa consta con cuatro zonas que son: Zona Mágica, Zona Kid’s, Zona de Fantasía y Estación de Alimentos, las cuales estarán adecuadas de tal manera que sean seguras para los niños.

Los paquetes que manejará “Mundo Mágico” serán: el Paquete I tendrá un precio de \$ 120,00 que básicamente es solo el alquiler del local; Paquete II su precio es de \$ 520,00. En este paquete incluye local, servicio de comida y decoración. El Paquete III cuenta con local, servicio de comida, decoración y pastelería su precio es de \$ 675,00 y por último se tiene el Paquete IV que tiene todos los servicios antes mencionados incluyendo el servicio de animación, el valor de este paquete es de \$ 1 165,00.

“Mundo Mágico” trabajará con dos tipos de personal de forma directa y los de manera indirecta los cuales serán contratados de acuerdo a los requerimientos de los clientes.

La inversión inicial de Mundo Mágico será de \$ 142 631,00 siendo el capital de trabajo de \$ 8 363,00. La inversión será en sociedad ya que será una empresa familiar.

Los socios que financiarán este proyecto serán: Juan Manuel Domínguez con una aportación de \$ 67 947,27, la socia María Antonieta Domínguez con \$ 52 847,87 y la socia minoritaria Yuliana Domínguez tendrá una aportación de \$ 31 014,28.

El ingreso anual en el primer año por los cuatro paquetes y los servicios extras que manejará Mundo Mágico será de \$ 29 331,00, de acuerdo a las proyecciones en el segundo año se obtendrá un ingreso de \$ 45 840,00, en tercer año será de \$ 63 830,00, al cuarto año sus ingresos serán de \$ 91 211,00, llegando al quinto año al percibir un ingreso de \$ 130 768,00. Los resultados financiero indican una TIR de 28,62 % y una VAN de \$ 61 886,57.

Con la ejecución del proyecto se espera obtener un retorno de inversión atractivo que permita encaminar el negocio a la ampliación de servicios adicionales y lograr mayor participación dentro mercado potencial, al mismo tiempo sea una fuente que genere empleo para los habitantes del Cantón y fortalezca el servicio a mediano y largo plazo.

**PLAN DE MERCADEO PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA
EMPRESA DE SERVICIOS DE FIESTAS INFANTILES
“MUNDO MÁGICO” EN EL CANTÓN DURÁN**

1. ANTECEDENTES

Durán se encuentra entre las diez ciudades más pobladas del Ecuador, con 235 769 habitantes, aproximadamente existe un proporcional de 73 445 niñas y niños de edades entre 0 – 14 años. A Durán se lo podría considerar como uno de los cantones con mayor crecimiento económico, ya que se ubica en el segundo puesto en la tabla de aportaciones provinciales de acuerdo a los datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC – 2010).

La actividad económica de Durán, básicamente es la parte agrícola, además es zona Industrial que cada vez más aumenta su crecimiento especialmente los días de la Feria Internacional de Durán la que aporta de una manera representativa a la economía de este cantón.

Considerando que Durán es mercado atractivo por su crecimiento económico, se quiere introducir una empresa de Organización de Fiestas Infantiles, queriendo lograr ser una empresa única e innovadora en este servicio, cumpliendo con cada requisito que sea necesario para su introducción, tanto en la parte legal como en lo que respecta a la infraestructura y la adecuación del lugar, buscando siempre la seguridad y la comodidad de los cliente. Se considera que se debe hacer una investigación acerca de las necesidades de los posibles clientes, para que de esta manera se pueda cumplir con cada una de sus expectativas.

“Mundo Mágico”, quiere ser parte del crecimiento económico de este cantón, ya que se podrían crear nuevas plazas de trabajo para los habitantes del mismo, y enfocaría todos sus esfuerzos para encaminar con éxito los objetivos de la empresa.

Entre los factores que podrían afectar a “Mundo Mágico”, es que las personas de este Cantón prefieran invertir su dinero en las cosas que ellos consideran una prioridad, eso haría que la demanda de este servicio disminuya, lo que significaría una pérdida para la empresa. Otros de los factores sería que el Municipio de Durán ponga muchos requisitos al momento de dar los permisos necesarios para el funcionamiento del mismo.

A. JUSTIFICACIÓN

Hoy en día las personas llevan una vida más agitada y casi nunca tienen tiempo, por ello están obligados a buscar servicios prácticos.

Se abrirá la empresa de servicios de fiestas infantiles, “Mundo Mágico”, en el Cantón Durán, debido a que en este Cantón aún no ha sido explotado este mercado y podría tener una alta demanda, considerando que será la primera empresa que brinde este servicio.

Con la introducción de la empresa de Servicios de Fiestas Infantiles en el Cantón Durán, se quiere dar nuevas alternativas al cliente al momento de organizar las fiestas infantiles, brindándole variedad de opciones con el fin de hacer inolvidable ese día tanto para los hijos como para los padres y, por lo tanto, haciendo que prefieran realizar las fiestas en nuestras instalaciones en lugar de hacerlas en su hogares

El objetivo de la empresa es brindar un excelente servicio con respecto a la organización de fiestas infantiles, ofreciendo una buena infraestructura y las recreaciones adecuadas para los niños, que ayuden a su crecimiento y desarrollo; siempre considerando las necesidades y los requerimientos del mercado.

Con esto se quiere lograr que “Mundo Mágico” tenga la aceptación y reconocimiento de ser una empresa seria al momento de cumplir con cada una de las exigencias de los clientes y a su vez preocupada por satisfacer cada una de sus necesidades.

La apertura de la empresa en el Cantón se considera que es beneficiosa tanto para la organización como para los habitantes del mismo, debido a que “Mundo Mágico” no solo lograría sus objetivos como empresa, sino también lograría aumentar la plaza de trabajo para las personas y así mejorar un poco el estilo de vida de las mismas.

“Mundo Mágico” considera que antes de ingresar a este mercado, se debe determinar si es factible financieramente para la empresa, calcular cuánto se debe de invertir, con cuánto capital debe contar para la construcción y la adecuación de

Plan de Mercadeo para la Introducción de la empresa de servicios de Fiestas Infantiles “Mundo Mágico”

lugar, así mismo determinar en qué tiempo se recuperará la inversión y a su vez obtener la rentabilidad del mismo.

B. PROBLEMÁTICA

El Cantón Durán tiene actualmente 235 769 habitantes de acuerdo al último Censo de Población y Vivienda del año 2010 (Ver Anexo 1), Esto significó un crecimiento de más del 32 % con respecto al Censo del 2001 (Ver Anexo 1), que el resultado fue de 178 714 habitantes. Durán también se ubica como la sexta ciudad con mayor población del Ecuador.

Con respecto a la distribución de la población en Guayas, Durán se ubica en el segundo lugar como el Cantón con mayor aporte provincial tanto en el Censo anterior como en el Actual.

En relación al grado de analfabetismo Durán está ubicado en el séptimo lugar con un porcentaje del 3.3 %, los hombres son los que mayor grado de analfabetismo tienen, su porcentaje es el 3.1 %; a diferencia de las mujeres que tienen el 0.2 %.

Al Sistema de Educación Pública, Durán está ubicado el Séptimo puesto con un 63.1%, en la Área Urbana cuenta con 62.6 % y en la Área Rural un 89.0 %.

De acuerdo a los datos del INEC Ecuador en la actualidad tiene 14 483 499 habitantes, entre los cuales constan niños entre 0 – 14 años lo cual es el 30.1 % de la población, y a lo que se refiere en cifras hay 2 301 840 niños y 2 209 971 niñas, para sacar un aproximado de niñas y niños que hay en este Cantón lo que se hizo es tomar el total de habitantes del Ecuador se lo divide al número de habitantes que hay en el Cantón Durán y se lo multiplica por los niños y niñas de 0 – 14 años que hay en el Ecuador, el resultado que arrojó esta fórmula es que Durán cuenta con 73 445 niñas y niños de edades de entre 0 – 14.

Pensando en esos 73 455 niñas y niños, se quiere ingresar al mercado de Durán con una idea innovadora en lo que respecta a la Organización de Fiestas Infantiles, ya que este Cantón no cuenta con alguna empresa que preste este tipo de servicio.

Se cree que Mundo Mágico podría tener la rentabilidad y la aceptación esperada ya que Durán es el segundo cantón que aporta más a su provincia, con esto se puede

Plan de Mercadeo para la Introducción de la empresa de servicios de Fiestas Infantiles “Mundo Mágico”

pensar personas que habitan en este cantón tiene el poder adquisitivo para adquirir nuestros servicios.

C. OBJETIVOS DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

✘ OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan de marketing integral para la introducción de “Mundo Mágico” en el cantón Durán, considerando como base la comunicación y el consumidor.

✘ OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✿ Evaluar la viabilidad para la introducción de la empresa de Organización de Fiestas Infantiles en el Cantón Durán.
- ✿ Demostrar la factibilidad del proyecto.
- ✿ Estudiar las tendencias con lo que respecta a las fiestas infantiles.
- ✿ Analizar el comportamiento de los consumidores frente a la organización de Fiestas Infantiles en el Cantón Durán
- ✿ Identificar cuáles son los factores que podrían afectar a la empresa.
- ✿ Realizar una Investigación de Mercado para saber lo que el cliente gusta y requiere.

D. RESULTADOS ESPERADOS

Con los resultados obtenidos de la investigación de mercado y los análisis realizados a través de las teorías aplicadas, se espera conocer la aceptación del servicio de organización de fiestas infantiles y factores que influyen al momento de la toma de decisiones por parte de los habitantes del Cantón Durán. Logrando obtener del mercado potencial un 30 % y a través del desarrollo financiero, que

Plan de Mercadeo para la Introducción de la empresa de servicios de Fiestas Infantiles “Mundo Mágico”

muestra la proyección de los ingresos, siendo un 10% dentro del segundo año, un 5% en lo que respecta al tercer y cuarto año, 2 % en el quinto año presentado en el flujo de caja, esto se alcanzará con la ayuda de la implementación de las estrategias de marketing adecuadas.

E. MARCO TEÓRICO

MARKETING DE SERVICIOS

Diferencia entre bien y Servicio

(Hoffman & Baterson, 2002) *“Los bienes son objetos, aparatos o cosas mientras que los servicios son actos, esfuerzos o actuaciones”.*

Saber diferenciar los bienes y los servicios muchas veces no es tan claro. Ya que es difícil saber cuándo se entrega un *bien puro* o un *servicio puro*, cuando se habla de un bien puro es de los beneficios que recibe el cliente y este no tiene ningún elemento de servicio; y a su vez cuando se recibe un servicio puro este no contendrá ni un elemento de bienes.

Pero en realidad todo servicio contiene algún elemento de los bienes, al igual que los bienes contiene elementos del servicio, en conclusión ningún bien o servicio va a ir solo.

Triángulo de Servicio

Describe las relaciones de las estrategias de servicio, sistemas y de las personas.

Descripción del Triángulo de Servicio

1.- Estrategia de los Servicios.- Se debe comunicar a los clientes acerca del servicio que se ofrece, y cuál es su factor diferenciador y su compromiso a la excelencia.

2.- Las personas.- La empresa debe comunicar a sus empleados sus estrategias y a su vez debe motivar a sus empleados para que ellos sean eficientes a la hora de atender a los clientes.

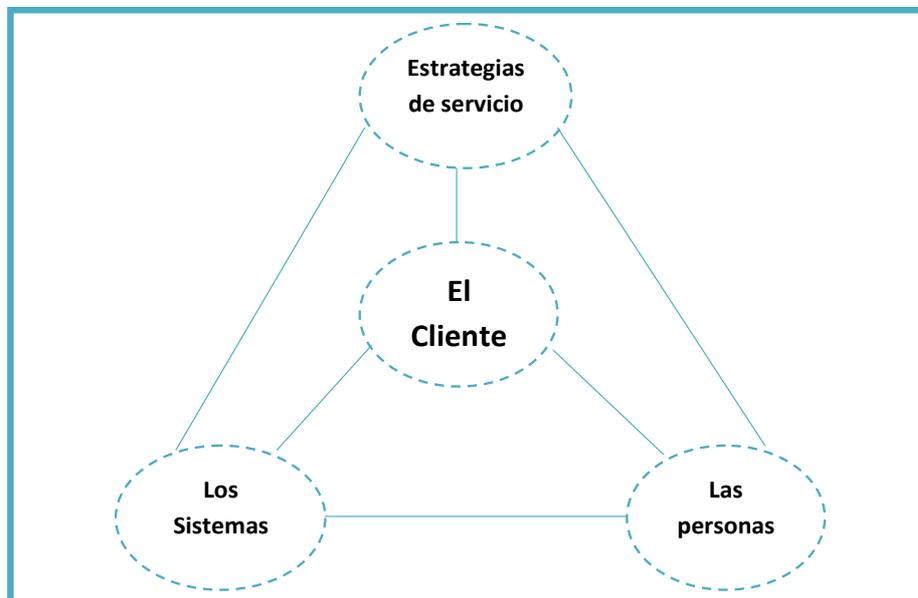
Plan de Mercadeo para la Introducción de la empresa de servicios de Fiestas Infantiles “Mundo Mágico”

3.- Los sistemas.- Aquí se centra en “las consistencias de las estrategias de los servicios y de los sistemas que elaboran para la administración de las operaciones diarias”

4.- El Cliente.- “La interacción de los sistemas de la organización deben facilitar las experiencias de servicios de los clientes” (p. 20)

GRÁFICO DE TRIÁNGULO DE SERVICIO

Figura A



Fuente: Adaptación de Karl Albertcht y Ron Zemke, Service America, (Homewood, Ill: Dow Jones – Irwin, 1985, págs. 31-42

(Grande Esteban, 2005) *“El bien es algo tangible y el servicio es un esfuerzo o una acción”.*

“Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra. Es esencialmente intangible y no se puede poseer. Su producción no tiene por qué ligarse necesariamente a un producto físico (Kotler et al., 1995)”

Plan de Mercadeo para la Introducción de la empresa de servicios de Fiestas Infantiles “Mundo Mágico”

Según *Ildenfonso Grande E* (2005) declara que dentro del servicio existen dimensiones de la calidad que hay que tomar en cuenta al momento de prestar bienes intangibles como son los servicios, a continuación se desarrolla cada una de las dimensiones.

Dimensiones de la Calidad en el Servicio

Son cinco las dimensiones de la calidad en el servicio tales como:

- ✓ **Confianza.-** Se debe dar al cliente lo que se promete, se debe entregar el servicio de manera precisa y segura. Siempre debemos buscar soluciones a los problemas de manera eficaz.
- ✓ **Responsabilidad.-** Hay que estar siempre dispuestos ayudar al cliente, brindándole un servicio con rapidez y prontitud, con esto lograremos que el cliente sienta que nos importa.
- ✓ **Seguridad.-** Es muy importante inspirar confianza y tener una buena voluntad con el cliente, las personas que trabajan en la empresas siempre deben ser cordiales con los clientes pero también depende de la empresa que cree el vinculo de la confianza con el cliente.
- ✓ **Empatía.-** Se debe brindar un servicio personalizado a los clientes para que vean que son únicos e importantes para la empresa.
- ✓ **Tangibles.-** Se refiere a las instalaciones físicas, el personal y lo que respecta a los materiales de comunicación.

Se considera que en toda empresa lo primordial es la atención al cliente, “Mundo Mágico” quiere que sus clientes sientan que son importantes, por eso se va a capacitar a cada uno de sus colaboradores para que brinde un buen servicio al momento de atender a nuestros clientes, y estén aptos para solucionar todo inconveniente de forma eficaz y rápida.

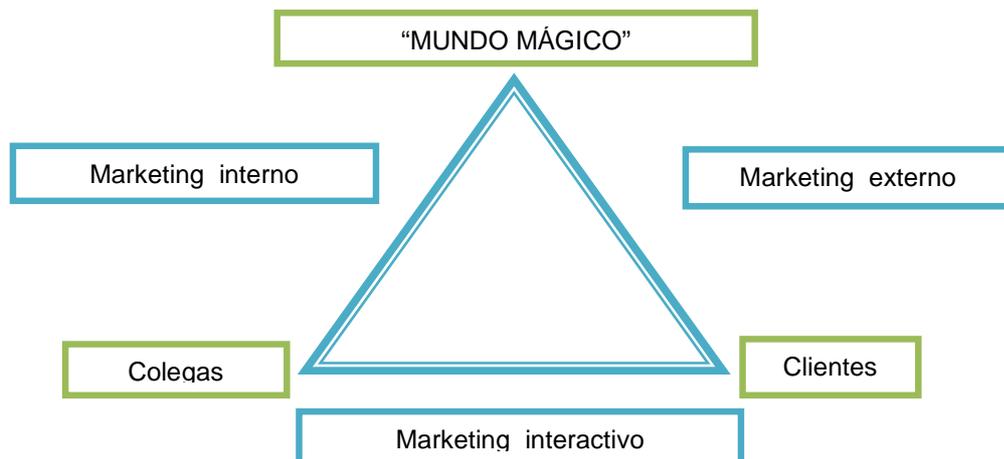
Plan de Mercadeo para la Introducción de la empresa de servicios de Fiestas Infantiles “Mundo Mágico”

“Mundo Mágico” quiere que sus clientes vean una empresa responsable y seria al momento de adquirir los servicios por eso se cumplirá con cada una de las cosas que le ofreceremos a nuestros clientes para que tenga confianza y deseen regresar. En lo que respecta a la infraestructura se tomará todas las medidas de seguridad para que los niños puedan disfrutar de cada una de las actividades sin ningún problema.

Según Mary Jo Bitner, Christian Gronroos y Philip Kotler (1995) ilustra que dentro del servicio se debe tomar en cuenta que se debe tomar en cuenta el Marketing interno, externo e interactivo en el triángulo del Marketing de Servicio.

TRIANGULO DE SERVICIO DE MUNDO MÁGICO

Figura B



Fuente: Adaptado de Mary Jo Bitner, Christian Gronroos y Philip Kotler 1995

MARKETING INTERNO

- ✓ Cada empleado de nuestra compañía tomará el nombre de Colega.
- ✓ Se ofrecerá capacitaciones periódicas sobre Atención al Cliente.
- ✓ Se premiará al mejor Colega del mes.

MARKETING EXTERNO

- ✓ Se donará un 1 % de las ganancias a la Maternidad Oramas Gonzales del mismo Cantón.

Plan de Mercadeo para la Introducción de la empresa de servicios de Fiestas Infantiles “Mundo Mágico”

- ✓ Se dará un descuento del 10 % del precio del local a las personas que regresan por nuestros servicios.
- ✓ Se entregarán volantes con toda la información acerca de nuestra empresa.

MARKETING INTERACTIVO

- ✓ Cada cliente será atendido de manera respetuosa y cordial
- ✓ Nuestros colegas prestarán asesoría a nuestros clientes.

COMPORTEAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Schiffman Kanuk (2005) lo define “Como el comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que consideran que satisfarán sus necesidades” (p. 8)

Tipos de Consumidores

- ✓ **Consumidor personal.-** Es aquel que compra los bienes ya sea para consumo propio, para obsequio o para la familia, a estos consumidores se los conoce como usuario final o consumidores últimos.
- ✓ **Consumidor Organizacional.-** Son todas las empresas, hospitales, e instituciones que compran equipos para el uso de sus organizaciones.

MODELO BÁSICO DE LA TOMA DE DECISIONES DEL CONSUMIDOR

Tabla A

Fases	Motivación de Compra	Influencias Psicológicas
Entrada	Los esfuerzos de marketing de la empresa, el producto, su precio y su promoción.	Familia, amigos, etc.
Proceso	Percepción, personalidad y actividades.	Información antes de la Compra y Evaluar las diferentes alternativas.
Salida	Precio y producto	Comportamiento de compra y la Evaluación posterior a la compra

Diferencia entre Cliente y Consumidor

Según Jaime Rivera Camino, Rolando Arellano Cueva, Victor M. Molero (2000) comparten que el cliente y el consumidor no siempre es el mismo individuo, siendo en algunos casos diferentes personas, sobre todo al identificar el cliente, quien cuenta con roles que intervienen en la compra *“El cliente no precisamente es el usuario final del producto, quizás es solo la persona que compra dicho producto”* y el consumidor, quién *“Es la persona que disfruta de los beneficios que le otorga el producto, el consumidor puede ser el que toma la decisión de comprar el producto”* como tiene una definición diferente, que a continuación se determina ¿Quién es el cliente? “y ¿Quién es el consumidor? con el tema desarrollado en este proyecto.

✓ **Cliente.-**

El cliente objetivo de “Mundo Mágico” son los padres, quienes tienen el poder de compra al momento de prestar los servicios de organización de eventos infantiles.

✓ **Consumidor.-**

El consumidor de “Mundo Mágico” son los niños, quienes disfrutan al celebrar sus cumpleaños.

Roles que Intervienen en la Compra

- ✓ **Iniciador.-** “Es el que se da cuenta que existe una necesidad insatisfecha y es el que desencadena la compra”.
- ✓ **Influenciador.-** Es aquel que influye al momento de la compra.
- ✓ **Decisor.-** Es la persona que toma la decisión de hacer o no la compra.
- ✓ **Comprador.-** Es quién realiza la compra.
- ✓ **Usuario.-** Es la persona que utiliza o consume el producto.

Para “Mundo Mágico” es muy importante saber el comportamiento de sus posibles clientes, ya que se podría identificar cuáles son los factores que los motivan a la hora de tomar la decisión de compra.

Plan de Mercadeo para la Introducción de la empresa de servicios de Fiestas Infantiles “Mundo Mágico”

El objetivo de la empresa es ofrecer lo mejor y lo que se ajuste a las necesidades y deseos de los clientes, con esto lo que se logrará es que las personas adquieran los servicios de “Mundo Mágico”.

MARKETING RELACIONAL

(Anderson & Kerr, 2003) *“El Marketing Relacional tiene como objetivo crear vínculos afectivos con cada uno de los clientes”.*

Base de Datos

(Anderson & Kerr, 2003) *“Datos es cualquier hecho relacionado con los clientes que se les puede asociar con números Ejemplo: edad, años de ser cliente, etc. Información sobre respuestas recibidas cuando se preguntan por qué o que la información hace que los datos sean significativos”*

Mundo Mágico, quiere establecer lazos de amistad con cada uno de sus clientes, La base de datos va a consistir en conseguir los datos personales (nombre, dirección, teléfono y fecha de cumpleaños de sus hijos). Esta base de datos se la conseguirá en el Ministerio de Educación en la cual constarán todas las escuelas que hay en este Cantón.

El objetivo de esto es que, con estos datos se contratará a los niños a felicitarles por su cumpleaños y a su vez a ofrecer el servicio de Organización de Fiestas Infantiles a sus padres.

La base de datos estará diseñada de la siguiente manera:

FORMATO DE BASE DE DATOS

Tabla B

FORMATO DE BASE DE DATOS						
Nombre del Padre	Teléfono	Correo	Número de Hijos	Nombre de los Hijos	Edad de los Hijos	Fecha del Cumpleaños

Elaborado: Autora

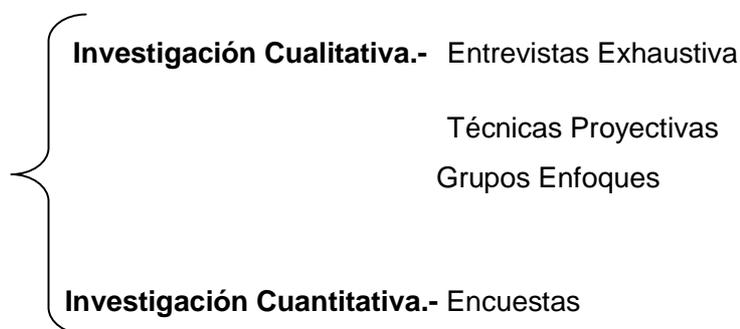
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

(Malhotra, 2004) define que la Investigación de Mercados es “ *La identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de los problemas y las oportunidades de Marketing*” (p. 7).

Diseños de Investigación

- ✓ **Investigación Exploratoria.-** Tiene como finalidad proporcionar conocimiento acerca del problema que enfrenta el Investigador. (p. 75)
- ✓ **Investigación Descriptiva.-** Esta investigación tiene como objetivo el describir funciones o características del mercado.
- ✓ **Investigación Conclusiva.-** Naresh K Malhotra (2004) “Investigación diseñada para ayudar a quien toma las decisiones a determinar, evaluar y seleccionar el mejor camino a seguir a una investigación” (p. 75)

Tipos de Investigaciones



Plan de Mercadeo para la Introducción de la empresa de servicios de Fiestas Infantiles “Mundo Mágico”

Realizar una investigación es uno de los procesos más importantes a la hora de realizar un proyecto, ya que esta nos ayudará a identificar que es lo que quiere y anda buscando nuestro mercado meta.

“Mundo Mágico”, realizará investigación cuantitativa y cualitativa las cuales servirán para saber si nuestra empresa tendrá la aceptación de las personas de este Cantón, se podrá investigar que esperan de nuestros servicios y se determinará cuáles son las necesidades de nuestro mercado.

POSICIONAMIENTO

Según Al Ries & Jack Trout (2002) el Posicionamiento es, cómo el cliente posiciona el producto en su mente, no el uso que le da al producto. Posicionamiento también puede ser el primer pensamiento que el cliente tiene al momento de comprar el producto. Es la mejor manera para llegar a la mente de las personas es ser el PRIMERO, ya que siempre recordarán quien fue la primera empresa que llegó a ese mercado.

(Gallo Carvajal, 2000) *“Posicionamiento es todo aquello que haga o diga una persona o una empresa, que llegue a la mente, al alma, a la vida y los corazones de sus consumidores, usuarios y clientes”*

El posicionamiento es el espacio que ocupa en la mente del posible cliente, puede ser la empresa, el servicio o producto que pasa hacer parte de la vida de los consumidores.

Posicionamiento de un Líder

Se dice que la primera marca en la mente de los clientes, obtiene el doble de participación de mercado a largo plazo, a diferencia de la marca número dos y tres. Mientras uno sea líder se puede hacer lo que se quiere y no es necesario invertir en anuncios.

(Ries & Trout, 2002) *“El Liderazgo es un mejor “diferenciador”, es la garantía de éxito de su marca”.*

Al Ries (2005) *“El posicionamiento no es lo que la gente dice; es lo que la gente hace con el producto”.*

La Fuerza del Nombre

La decisión más importante es la elección del nombre, se debe elegir un nombre que llame la atención, sea fácil de recordar y pronunciar, debe ser un nombre que diga de lo que se trata la empresa o de los beneficios que recibirá con obtener el producto.

Cuando se debe realizar un Test de concepto para Posicionamiento

- ✓ *Antes de Lanzar el producto o servicio (pág. 27)*
- ✓ *En cualquier etapa de la vida del Producto (pág. 27)*

Antes de Lanzar el producto o servicio.- Para saber si el producto o servicio les interesa a los consumidores, aparte nos puede ayudar para el diseño de nuestro servicio.

En cualquier etapa de la vida del producto.- Gloria Gallo Carvajal (2000), “Para mantenernos informados sobre nuestro producto”, “Para planear un nuevo lanzamiento. Revitalizar la marca Re posicionar”

Mundo Mágico quiere ser parte de la mente de su mercado, quiere ser recordada por cada una de la personas del Cantón, además se considera que el logotipo y el slogan de la empresa será el mayor impacto que podría tener en el mercado.

La ventaja de Mundo Mágico en este mercado es que será la empresa líder, ya que en este mercado no existe una empresa especializada para ofrecer los servicios de Fiestas Infantiles.

Se trabajará en el Slogan y en Logotipo de la empresa de tal manera para que los consumidores puedan identificar y puedan saber de qué se trata la empresa.

CAPÍTULO I

Plan de Mercadeo



CAPÍTULO 1

- ✘ MACROENTORNO
- ✘ MICROENTORNO
- ✘ HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

INTRODUCCIÓN

En este capítulo se hablará de los factores que podrían afectar o beneficiar el ingreso de "Mundo Mágico" en el Cantón Durán. Se detallará todo lo que respecta a la organización, lo que es su misión, visión, organigrama con sus respectivas funciones departamentales y los diferentes servicios que ofrecerá a los habitantes del Cantón. Así mismo se identificará su competencia directa o indirecta, a su vez se determinará con que proveedores trabajará.

1.1 MACROENTORNO

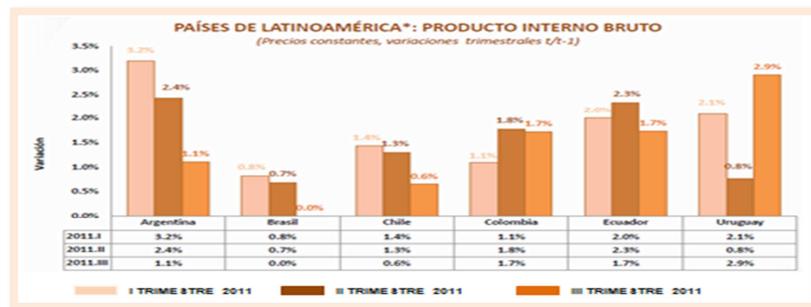
1.1.1 ENTORNO ECONÓMICO

De acuerdo a la página del Municipio de Durán, las fuentes de producción económica de este Cantón son: las fábricas, las industrias, el comercio mayorista y el turismo. Otra de su fuente de producción es "La Feria Internacional", ésta genera gran cantidad de turismo, lo mismo que proporciona recursos en beneficio del Cantón e inclusive genera empleos indirectos no permanentes.

- ✿ Según Heilbroner & Thurow (1987) el Producto Interno Bruto o como se acostumbra abreviar "es el importe en dólares de la producción total de todos los bienes y consumos y todos los bienes de inversión producidos en un año".

PRODUCTO INTERNO BRUTO TRIMESTRAL ECONOMÍAS DE LATINOAMERICA

Gráfico # 1



Fuente: Banco Central del Ecuador, Tercer Trimestre de 2011

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

De acuerdo al gráfico # 1, se puede observar que en el tercer trimestre del 2011 la economía de Latinoamérica presenta una variación positiva, ocupando el primer lugar Uruguay con un 2,9 %, seguido de Ecuador y Colombia con el 1,7 %, y Argentina con el 1,1 %, siendo los cuatros países con mejor ubicación de acuerdo al PIB que se toman en cuenta para efectos de análisis del comportamiento económico de países latinos en comparación con el Ecuador, el cual disminuyó su crecimiento respecto al trimestre anterior con el 2,3 %.

P.I.B Y CRECIMIENTO DEL ECUADOR DEL AÑO 2010 Y 2011

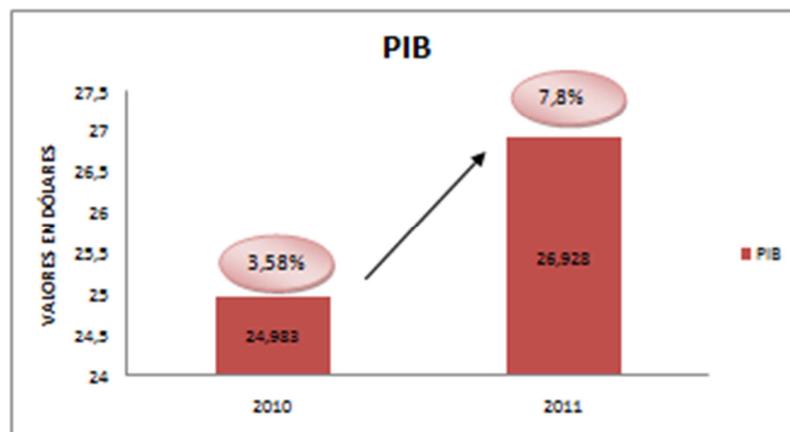
Tabla # 1

AÑO	PIB	CRECIMIENTO
2010	24 983	3,58 %
2011	26 928	7,8 %

Fuente: Elaboración propia usando datos del Banco Central del Ecuador

P.I.B Y CRECIMIENTO DEL ECUADOR DEL AÑO 2010 Y 2011

Gráfico # 2



Fuente: Elaboración propia usando datos del Banco Central del Ecuador

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

En el año 2011 el crecimiento del PIB fue de 7,8 % en relación al año 2010 que creció un 3,58 %, debido al sector petrolero, de construcción y al sector donde pertenece la organización de eventos, como es otros servicios que obtuvo 2,2 % en el cuarto trimestres del año 2011.

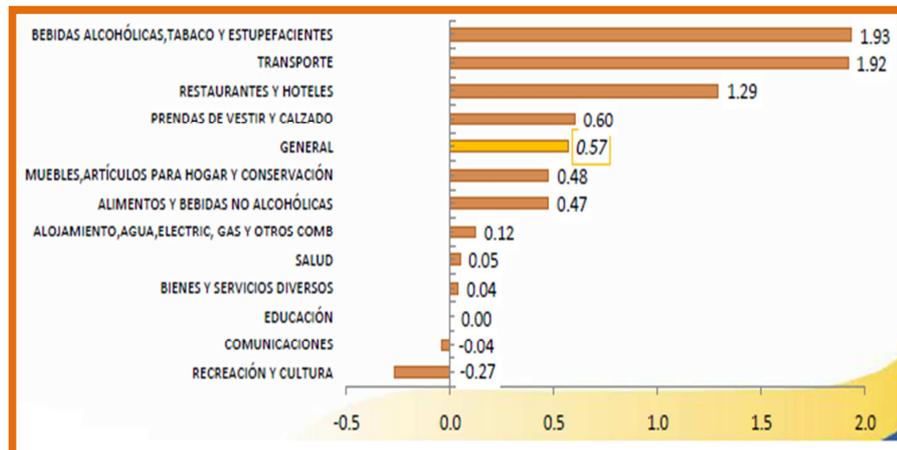
Se cree que si Ecuador tiene un PIB en crecimiento, esto sería favorable para Mundo Mágico debido a que las personas no solo gastarían en bienes básicos como comida, vestimenta, salud, educación; sino que además tendrían el poder adquisitivo para obtener bienes de lujo y esto sería una ventaja para la empresa ya que las personas podrían considerar a Mundo Mágico como una opción para realizar las fiestas de sus hijos.

INDUSTRIA - SERVICIOS

En lo que respecta a la Industria de Servicios, lo que agrupa esta actividad económica son todas las empresas que prestan algún tipo de servicio, como: Hoteles, Bares, Restaurantes, Educación, Salud, etc. de acuerdo al gráfico nos indica que esta industria ha tenido un crecimiento general del 0,57 % con relación al año anterior.

EVOLUCIÓN DEL VAB, INDUSTRIA OTROS SERVICIOS

Gráfico # 3



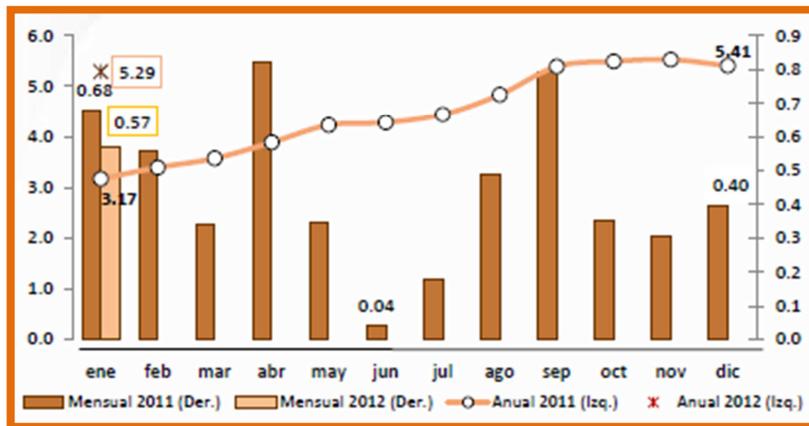
Fuente: Banco Central del Ecuador, Evolución del VAB, Industria Otros Servicios 2011 - 2012

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

- **Inflación**, (Robert L. Heilbroner/Lester C. Thurow, 1987) es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes, servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo.

INFLACIÓN ANUAL DEL ECUADOR

Gráfico # 4



Fuente: Banco Central del Ecuador, inflación Anual del Ecuador 2011 - 2012

De acuerdo al gráfico # 4 se observa que la inflación ha tenido un crecimiento del 5,41 % en el año 2011, según el Banco Central del Ecuador, debido al comportamiento que tuvo en mes de Septiembre llegando a un 5,29 %, lo que ocasiono dicho incremento anual.

Considerando que el elevado crecimiento de la Inflación, podría ser una desventaja para “Mundo Mágico”, debido a que los incrementos en el índice de precios se traducen en una disminución del poder adquisitivo y, por lo tanto, los consumidores podrían decidir no adquirir bienes de lujos, solo se limitarían a gastar en bienes necesario.

Para “Mundo Mágico”, el crecimiento de la Inflación sería una pérdida en sus ganancias debido a que, por un lado, no habrían personas que adquirieran este servicio, y por otro lado podrían incluso con el incremento de precios afectar presupuestariamente a la empresa, porque entre los precios que se incrementen podrían incluir los materiales de producción.

1.1.2 ENTORNO POLITICO – LEGAL

Como fuerza política el Ecuador presenta un poder ejecutivo y legislativo que ha gozado de estabilidad, considerando la continuidad de su gestión. No obstante, el poder judicial está atravesando un proceso de transición que puede influir de manera positiva o negativa al giro del negocio. Por ende, el entorno político-legal puede mostrarse riesgoso.

En lo que respecta a la parte legal, “Mundo Mágico” deberá sacar todos los permisos necesarios tanto en lo que es la construcción del local, como en lo que son permisos de funcionamiento.

PERMISOS DE CONSTRUCCIÓN Y FUNCIONAMIENTO

Tabla # 2

Permisos de Construcción	Permiso de Funcionamiento
<ul style="list-style-type: none">✓ Permiso de Construcción del Municipio del Cantón Duran.✓ Aprobación del Plano	<ul style="list-style-type: none">✓ Permiso de Funcionamiento del Municipio del Cantón Duran.✓ Permiso de los Bomberos✓ Permiso de Salud

Fuente: Pagina Web del Municipio de Durán (2011)

El Municipio de este Cantón tiene algunas ordenanzas para lo que respecta al Funcionamiento del local, se deberá cancelar anualmente una tasa de habilitación y control, la que deberá ser cancelada hasta el 31 de mayo de cada año. Los primeros meses del año el Municipio hace las inspecciones de los locales, eso significa que “Mundo Mágico” deberá tener todos sus permisos en orden y de este modo evitar alguna multa del Municipio.

1.1.3 ENTORNO SOCIO – CULTURAL

Ecuador es una nación multiétnica y pluricultural. Según el Censo del 2010, Ecuador tiene 14 483 499 habitantes. Cinco millones y medio de habitantes viven en la Sierra. En la Costa del Pacífico están alrededor de seis millones y medio. En la Amazonía hay más de 600 mil habitantes, y en Galápagos cerca de 17 mil. En sus tres regiones continentales conviven 14 nacionalidades indígenas con tradiciones diversas y su propia cosmovisión.

❖ Cultura de Durán

Figura # 1



Durán se encuentra a 6 km de Guayaquil; de acuerdo con el último censo que fue realizado en el 2010, Duran cuenta con 235 769 habitantes entre los cuales hay 119 368 mujeres y 116 401 hombres.

Sus principales fuentes de economía son: la agricultura, el comercio, el turismo y la fuente más importante es la Feria Internacional ya que esta genera empleo temporal y este ayuda al crecimiento económico de este Cantón.

Si bien es cierto Durán se ha convertido en una zona industrial de primer orden con una actividad muy desarrollada. Uno de los patrimonios culturales de Durán es el ferrocarril, que comenzó su construcción en 1915 luego de unos años dejó de funcionar, en el 2010 el ferrocarril retomó el recorrido de Durán a Yaguachi.

Se considera que el Cantón Durán es un mercado atractivo, pero está siendo muy poco explotado, se cree que se podría crear nuevas fuentes de trabajo que beneficie a este Cantón.

Percibiendo las tendencias del mercado, hoy en día las fiestas infantiles se las realizan fuera de casa, ya que pensamos que los niños necesitan mayor actividad

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

física y entretenimiento, que mejor que lo hagan en un sitio que esté completamente adecuado para estas actividades.

El principal objetivo de “Mundo Mágico” es satisfacer las necesidades de este mercado y a su vez generar trabajo para la gente de este Cantón, para que esto sea una ganancia mutua, tanto para nosotros como empresa, como para sus habitantes.

1.1.4 FACTORES CLIMÁTICOS

En la costa los meses de lluvia son desde finales de diciembre hasta los principios de mayo, esto conlleva que la temperatura suba y haya mucho calor y humedad. Este Factor si nos podría afectar a” Mundo Mágico”, ya que es un lugar al aire libre y podrían mojarse los niños y papás, en esa temporada se adecuaría el lugar con carpas para evitar cualquier riesgo de mojarse tanto los niños como los padres.

1.2 MICROENTORNO

1.2.1 EMPRESA

Encontrándose con la realidad de que en este Cantón no existen empresas que ofrezcan espacios adecuados para realizar las fiestas infantiles, “Mundo Mágico” pretende brindar un servicio de organización de fiestas infantiles, que incluye la organización total o parcial de los eventos, de acuerdo a los requerimientos del cliente, la empresa contará con dos tipos de personal, el fijo y el de contrato, de acuerdo a las necesidades del cliente. Las instalaciones estarán totalmente adecuadas para la segura y divertida atención de los niños.

El propósito de ingresar al mercado de servicio de Organización de Fiestas Infantiles en el Cantón Durán, es lograr un alto impacto en la población, por sus múltiples opciones para la diversión de los niños.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

1.2.1.1 MISIÓN

“Mundo Mágico”, brinda servicio de organización de fiestas infantiles, ofreciendo a los clientes variedad en su gama de servicios para la diversión de los niños durante la fiesta, buscando siempre la eficiencia y profesionalismo para la satisfacción de ellos, fortaleciendo de esta manera el crecimiento constante de la empresa.

1.2.1.2 VISIÓN

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

1.2.1.3 VALORES CORPORATIVOS

“Mundo Mágico” considera que sus valores fundamentales son:

- ❖ Seguridad
- ❖ Profesionalismo
- ❖ Respeto
- ❖ Honestidad

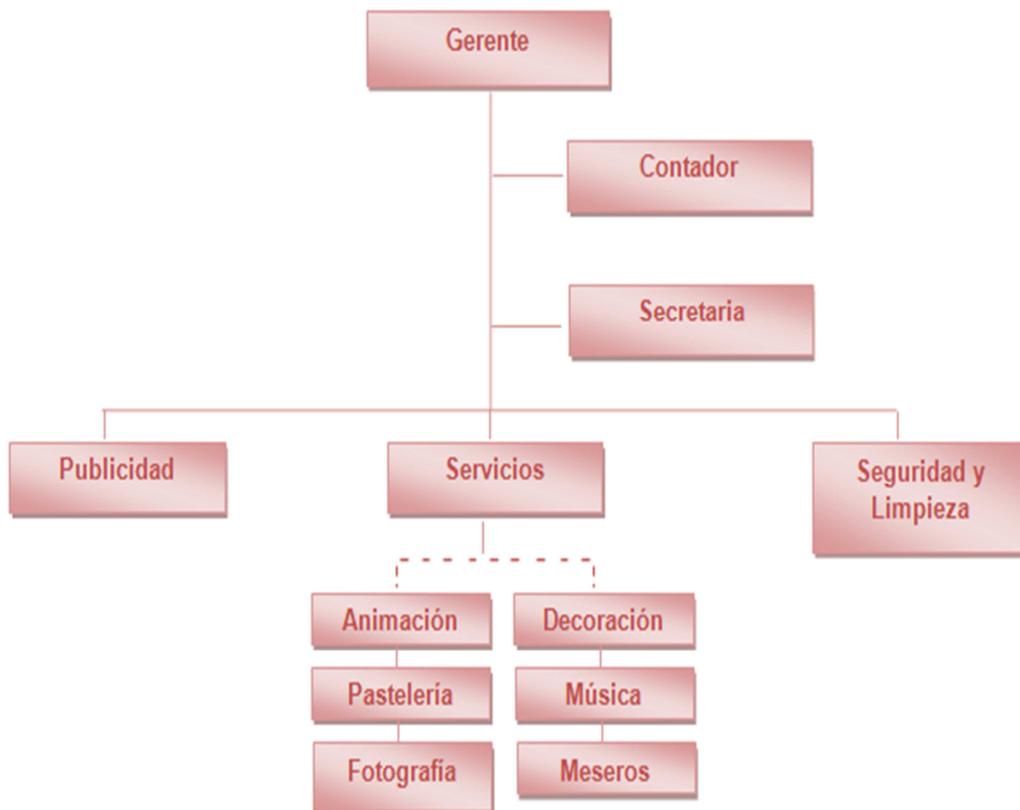
1.2.1.4 OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

“Mundo Mágico”, tiene como objetivo ofrecer un lugar especializado en organización de fiestas infantiles en el Cantón Durán, entregando a este Cantón un servicio diferente y adaptarlo de acuerdo a las necesidades y requerimiento del cliente.

1.2.1.5 ORGANIGRAMA

ORGANIGRAMA DE MUNDO MÁGICO

Figura # 1



Personal contratado con todos los beneficios de ley.



Personal externo contratado por eventos, cuando se necesita de terceros.

1.2.1.6 FUNCIONES DEPARTAMENTALES

- **Gerente**

Se responsabiliza de las áreas Administrativas, Contables, de Logística, y velará que los demás departamentos se manejen en orden.

- **Secretaria**

El objetivo es brindar asistencia a la gerencia, para coordinar y controlar los recursos de la empresa.

- **Contabilidad**

El encargado de este puesto tendrá que recopilar toda información de ingreso y egreso que ha tenido la empresa en un determinado periodo de tiempo.

- **Comunicación**

Lo que se quiere lograr en este departamento es informar a las personas que viven en este Cantón acerca de nuestra empresa y motivarlos a que requieran de nuestros servicios. Esta área se encargará de toda la parte de comunicación de la empresa logrando con ello cumplir con los objetivos de la misma.

- **Servicio**

El objetivo principal de este departamento es brindar con eficiencia y eficacia cada una de las actividades que se realicen en las fiestas infantiles. Se encargará de controlar que todo lo que solicite el cliente se realice, siempre buscando la satisfacción del mismo.

- **Seguridad**

La persona encargada del área será responsable de brindar la seguridad necesaria tanto para nuestros clientes como para nuestro local.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

▪ **Limpieza**

En esta área el jefe de mantenimiento se encargará de tener en buen estado cada aérea del local con el fin de tener una buena imagen de la empresa.

1.2.1.7 SERVICIOS

JUEGOS INFANTILES

- ◆ Columpios, Resbaladeras y Toboganes
- ◆ Juegos Inflables
- ◆ Cama Elástica
- ◆ Piscina de Pelotas

BIENES MUEBLES

- ◆ Sillas para Niños
- ◆ Sillas y Mesas para Adultos
- ◆ Carpas

ANIMACIÓN

- ◆ Personaje Infantil
- ◆ Caritas Pintada
- ◆ Títeres
- ◆ Payasos

DECORACIÓN

- ◆ Mesa Principal
- ◆ Mantelería

PASTELERIA Y PIQUEOS

- ◆ Torta
- ◆ Bocaditos
- ◆ Carritos de Hot Dog, Canguil, Pizza, Algodón de Azúcar y Prensado

1.2.2 CLIENTE

Los clientes de “Mundo Mágico”, son todas las familias del Cantón Durán, con un nivel socio económico medio, medio alto, alto, alto medio y alto bajo, y que tengan hijos menores de 14 años, que estén dispuestos a pagar por el servicio de fiestas infantiles.

1.2.3 COMPETENCIA

1.2.3.1 COMPETENCIA DIRECTA

“Mundo Mágico”, no tiene competencia directa en este mercado por ello se considera que puede lograr una alta tasa de crecimiento en el mercado ya que sería el único local de Organización de Fiestas Infantiles que existiera en este Cantón.

1.2.3.2 COMPETENCIA INDIRECTA

La competencia indirecta de “Mundo Mágico” es:

- ◆ Los diferentes salones de eventos que cuenta el Cantón
- ◆ Cooperativa La Dolorosa (Salón de Evento)
- ◆ Complejos de las empresas que existen en el Cantón (Difare)
- ◆ Las Casas (Propias o Prestadas)
- ◆ Complejo turísticos (piscinas)

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

1.2.4 PROVEEDORES

“Mundo Mágico”, contará con los siguientes proveedores:

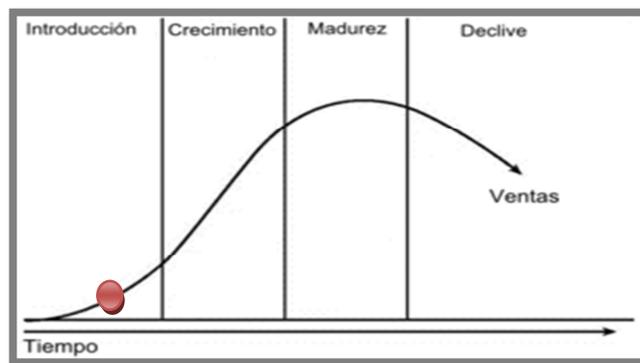
- ◆ Servicios de pastelería, alimentos y bebidas: Pastelería: Estela Silva
Alimentos: Mireya Loor (Bebida: Coca Cola)
- ◆ Servicios de decoración: Mireya Loor
- ◆ Servicio de animación: *Payasita Cubana*

1.3 HERRAMIENTAS DE ANALISIS

1.3.1 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Grafico # 5



Fuente: Google Imágenes

En el ciclo de vida, “Mundo Mágico” se encuentra en la etapa de Introducción. Por estar en esta etapa será mayor la inversión de promoción y a su vez las utilidades serán muy bajas, pero su ventaja es que será el primer local de Organización de Fiestas Infantiles en el Cantón Durán, esto ayudará a tener la aceptación necesaria en este mercado.

1.3.2 ANALISIS DE FORTALEZA, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (F.O.D.A)

☀ Fortalezas

- Personal Capacitado en lo que respecta la animación y decoración de las matinés
- Variedad en la gama de servicios
- Eventos personalizados de acuerdo a las necesidades del cliente.

☀ Oportunidades

- Mercado no explotado
- Crecimiento de mercado
- Ser la única empresa de organización de fiestas infantiles en el cantón

☀ Debilidades

- No poseer capital para la construcción del local ya que es alto

☀ Amenazas

- Nuevos competidores directos
- Crecimiento de competidores indirectos
- Crisis económica del país
- Escasez de proveedores
- Tendencia al ahorro

1.3.3 MATRIZ EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS (E.F.I)

Tabla # 3

Factores Internos Claves	Peso	Calificación	Total Producción
FORTALEZA			
Personal Capacitado en lo que respecta la animación y decoración de las matinés	0,30	4	0,90
Variedad en la gama de Servicios	0,30	4	0,90
Eventos Personalizados de acuerdo a las necesidades del cliente	0,25	3	0,75
DEBILIDAD			
No poseer capital para la construcción del local ya que es alto	0,15	2	0,30
TOTAL	100 %		2,85

Fuente: Elaboración propia

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

1.3.4 MATRIZ EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS (E.F.E)

Tabla # 4

Factores Externos Claves	Peso	Calificación	Total Producción
OPORTUNIDADES			
Ser la única empresa de organización de fiestas infantiles en el cantón	0,15	4	0,80
Mercado no Explotado	0,15	2	0,30
Mercado en Crecimiento	0,15	4	0,60
AMENAZA			
Nuevos competidores directos	0,10	2	0,20
Escasez de Proveedores	0,05	3	0,30
Crecimiento de competidores indirectos	0,10	2	0,20
Crisis económica del país	0,15	2	0,30
Tendencia de Ahorro	0,15	2	0,30
TOTAL	100 %		3

Fuente: Elaboración propia

1.3.5 FUERZAS DE PORTER

Amenaza de nuevos Competidores.- Las barreras para los ingresos de nuevos competidores es ALTA, ya que se debe tener:

- ◆ Permisos de funcionamiento
- ◆ Capital necesario para la construcción,
- ◆ Equipos

Si bien es cierto para lograr la apertura de un local de organización de fiestas infantiles implica contar con el capital necesario y sacar los permisos que se necesitan, tanto como para la apertura y para el funcionamiento del local, se considera que la empresa que desea abrir un local de estos lo podría hacer siempre y cuando cumpla con cada uno de los requisitos para abrir local de este tipo.

Siendo esto una amenaza para “Mundo Mágico” ya que no sería la única empresa que presenta el servicio de organización de fiestas infantiles, se podría considerar como posibles amenazas de nuevos competidores a Play & Jump o Fiesta Park, ya que ellos podrían ingresar al mercado sin ningún problema.

Rivalidad entre los Competidores.- La rivalidad entre los competidores es BAJA ya que en el Cantón Durán no existe un local que organice fiestas infantiles, Mundo Mágico sería el pionero en este mercado.

Productos Sustitutos.- En lo que a esto se refiere la barrera es ALTA, como producto sustituto se puede considerar:

- ◆ Los diferentes salones de eventos que cuenta el Cantón
- ◆ Cooperativa La Dolorosa (Salón de Evento)
- ◆ Complejos de las empresa que existe en el Cantón (Difare)
- ◆ Las Casas (Propias o Prestadas)
- ◆ Complejo turísticos (piscinas)

Poder de Negociación de los Proveedores.- Se contarán con proveedores de:

- ◆ Servicios de pastelería, alimentos y bebidas

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

- Servicios de decoración
- Servicio de animación

El poder de negociación de los proveedores podría ser BAJO, ya que se negociaría con muchos proveedores, “Mundo Mágico” escogería a los proveedores que más le convenga.

Poder de Negociación de los Compradores.- El perfil de nuestros clientes es:

- Familias del Cantón Durán,
- Nivel socio económico medio, medio alto, alto, alto medio y alto bajo.
- Que tengan hijos menores de 14 años,
- Dispuestos a pagar por el servicio de fiestas infantiles.

El poder de negociación de los compradores sería BAJO ya que “Mundo Mágico” es el único local que preste el servicio de fiestas infantiles en este Cantón.

1.3.6 CADENA DE VALOR

ACTIVIDADES PRIMARIAS

LOGÍSTICA INTERNA

Dentro de los servicios que presta “Mundo Mágico” utiliza ciertas materias prima, a continuación detallamos alguna de ella:

- **Piqueos:** (Harina, huevos, maíz, azúcar, hielo, salchichas, pan, etc.)
- **Pastelería:** (Harina, huevos, mantequilla, azúcar, manjar, etc.)
- **Decoración del local:** (Globos, mantelería, accesorios decorativos, inflables infantiles etc.)
- **Música:** (Parlantes, micrófono, computadora, etc.)
- **Filmación y Fotografía:** (cámaras profesionales, videocámaras, tarjetas de memorias, CD, etc.)

OPERACIONES

- **Piqueos:** (Hot Dog, Pizza, Canguil, Churros, Algodón de Azúcar, Granizados)
- **Pastelería:** (Torta, bocaditos de sal y de dulce)
- **Decoración de local:** (Según la temática de la fiesta)
- **Música:** (Animación, Concursos, etc)
- **Filmación y Fotografía:** (Álbum de fotos y video)

LOGISTICA EXTERNA

“Mundo Mágico” tendrá un local propio con una infraestructura adecuada para el tipo de evento que ofrece al mercado objetivo, contará con decoración, animación, pastelería, música y otros servicios que agregan valor al evento, los mismos que estarán ajustados a los gustos y preferencias del cliente.

MARKETING Y VENTAS

Los medios de comunicación que utilizará “Mundo Mágico” para darse a conocer serán por anuncio de periódico, emaling y volantes, donde se detallará todos los servicios que ofrece la empresa.

Para impulsar la marca y promocionar los servicios que ofrece “Mundo Mágico” se creará una página web con el objetivo de que las personas conozcan un poco de la empresa de eventos infantiles y para la demostración virtual de las instalaciones del local mediante fotos de cada una de sus áreas.

SERVICIO

“Mundo Mágico” tendrá horarios de atención de 9:00 a.m. A 18:00 p.m. de la tarde en el local, y mediante la página web, donde los clientes potenciales y existentes podrán estar informadas las 24 horas del día.

ACTIVIDAD DE APOYO

INFRAESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN: La empresa “Mundo Mágico” contará con personal capacitado en todas las áreas de servicio que ofrece, como también el personal externo que se contrate.

DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS: Por ser una empresa pequeña en desarrollo organizacional, no se cuenta con personal contratado para talento humano, sin embargo la gerencia general, estará presta para capacitar y motivar e informar tendencias sobre decoración, calidad de servicio, ¿Cómo satisfacer al cliente? entre otros temas necesarios para encaminar con éxito el tipo de negocio, de ser necesario se prestará servicios de institutos o personal externo para capacitar a todo el personal que se encuentra en “Mundo Mágico” con el fin de brindar un servicio optimo.

CONCLUSIÓN:

Luego de analizar el macro y microentorno, se pudo conocer cuáles son los factores externos e internos de la empresa, identificando las amenazas del sector que pueden ser incontrolables y que probablemente puedan afectar al desarrollo del negocio, como las oportunidades que se tiene en el mercado, ya que no existe alguna empresa que sea especializada y que preste servicios de organización de fiestas infantiles en el cantón Durán, al mismo tiempo descubrir las fortalezas y debilidades que tiene “Mundo Mágico” logrando implantar las matrices de Evaluación de los Factores Internos E.F.I, en el caso del análisis de visión interna y la matriz E.F.E, donde se Evaluación de los Factores Externos.

CAPÍTULO II

Plan de Mercadeo



CAPÍTULO 2

- OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN
- TIPO DE INVESTIGACIÓN
- INFORME DE LA INVESTIGACIÓN

INTRODUCCIÓN

En este capítulo se trabajará en la recopilación de información y se analizarán la información que se adquiera de los clientes y competidores. El objetivo de este capítulo es conocer que es lo que busca y que es lo que quiere el posible cliente potencial.

Los resultados que se obtengan de esta investigación de mercado servirán para determinar si la introducción de “Mundo Mágico” en el Cantón de Durán será viable, así mismo ayudará a la empresa a tomar las mejores decisiones tanto en el Plan de Marketing como en las estrategias que aplicará.

2.1 PROBLEMÁTICA

Hoy en día existen muchos lugares en la Ciudad de Guayaquil que prestan el servicio de organización de fiestas infantiles, pero en lo que respecta al Cantón Durán aún no existe una empresa especializada en este servicio.

Es por ello que se piensa abrir un lugar de servicio de organización de fiestas infantiles. El concepto básico de la empresa es poder recrear y ayudar en el crecimiento de los niños.

2.2 OBJETIVO GENERAL

Analizar la aceptación del servicio de organización de fiestas infantiles por parte de los habitantes del Cantón Durán.

2.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Conocer cuánto están dispuestos a pagar los habitantes del Cantón Durán por el Servicio de Fiestas Infantiles.
- ✓ Definir cuáles son los factores que influyen al momento de la toma de decisiones.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

- ✓ Conocer la viabilidad de la ubicación del local.
- ✓ Conocer la mejor forma de comunicación del Servicio.
- ✓ Analizar qué es lo que el cliente busca al momento de adquirir el Servicio de Fiestas Infantiles.

2.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de Investigación que se utilizará será Descriptiva, ya que se quiere conocer si “Mundo Mágico” tendrá la aceptación de los habitantes del Cantón Durán, y a su vez poder identificar las exigencias, gustos y preferencias para este servicio.

2.4 FUENTE DE INFORMACIÓN

La fuente de información que se utilizará son las fuentes primarias y secundarias, con el objetivo de conseguir información que permita tomar decisiones acertadas para Mundo Mágico.

Para obtener la información primaria se utilizará un solo tipo de enfoque de investigación, la cual es:

- Encuestas (Anexo 3)
- Focus Group (Anexo 2)

2.5 TIPO DE INFORMACIÓN

El tipo de información que se utilizará será cuantitativa y cualitativa, ya que se realizarán Encuestas y Focus Group respectivamente, por lo que se manejará un cuestionario y un temario estructurado, para de esta manera obtener información de los habitantes del Cantón.

2.6 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula.

$$N = \frac{P \times Q \times Z^2}{e^2}$$

En donde:

$$P = 50 \% \rightarrow 0,50$$

$$Q = 50 \% \rightarrow 0,50$$

$$Z = 95 \% \rightarrow 1,96$$

$$e = 5 \% \rightarrow 0,05$$

$$N = \frac{0,50 \times 0,50 \times 1,96^2}{0,05^2} = \frac{0,9604}{0,0025} = \mathbf{384}$$

Para determinar el tamaño de la muestra, se determinó un 50 % de probabilidad de éxito y fracaso de los resultados obtenidos de la población que se obtendrá a través de la encuesta, formulando el número de encuestados con un nivel de confianza del 95 % equivalente a 1,96 y con un error muestral del 5 % por el tipo de servicio que se ofrecerá en el cantón Durán, el mismo que se encuentra con una demanda atractiva, dando como resultado 384 encuestados a los cuales realizar el estudio cuantitativo, con un muestro aleatorio simple.

2.7 INFORME DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Se realizó una investigación de mercado a los posibles clientes de “Mundo Mágico”, con el fin de conocer si tendrá aceptación en el mercado de Durán y a su vez saber con qué servicios les gustaría contar. Se utilizó dos tipos de investigación la Cuantitativa y Cualitativa.

En lo que respecta a la investigación cuantitativa se realizó 384 encuestas a madres y padres de familia del Cantón Durán, con el objetivo de conocer cuál es el comportamiento de los padres al momento de adquirir este servicio y conocer de alguna manera si se tiene alguna competencia directa.

Según los resultados de las 384 encuestas realizadas, a todas estas personas les gustaría contar con un lugar que tenga la infraestructura adecuada para organizar este tipo de evento, también se pudo conocer que los padres están dispuestos a pagar entre \$ 350,00 a \$ 650,00 al momento de realizar las fiestas de sus hijos.

¿CUÁNTO ES SU PRESUPUESTO A LA HORA DE REALIZAR LAS FIESTAS DE SUS HIJOS?

Gráfico # 6



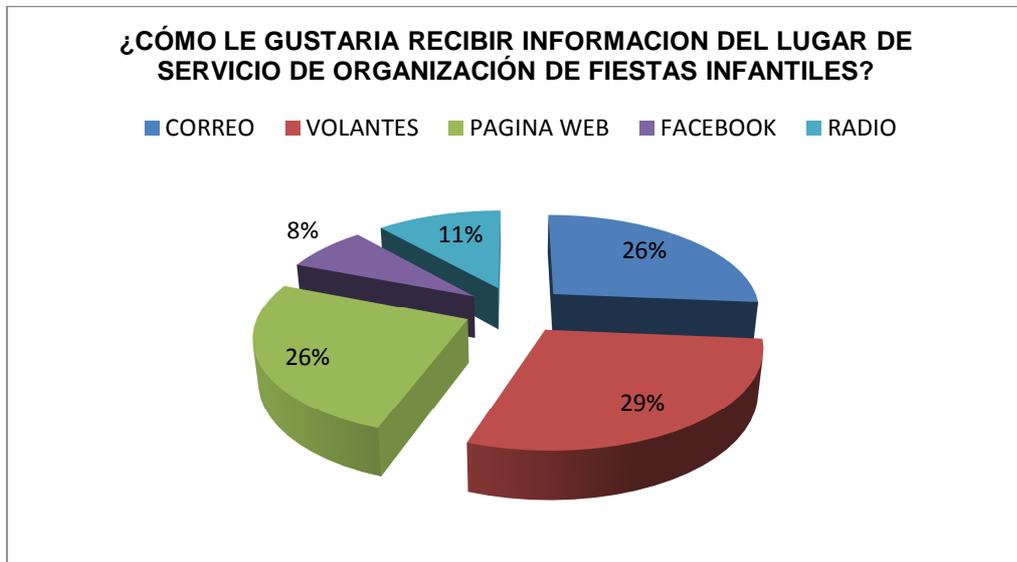
Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

Así mismo se conoció cuales son los medios por los que les gustaría recibir información de la empresa a los posibles clientes de “Mundo Mágico”, los principales medios son: volantes, página web y correos electrónicos.

¿CÓMO LE GUSTARIA RECIBIR INFORMACION DEL LUGAR DE SERVICIO DE ORGANIZACIÓN DE FIESTAS INFANTILES?

Gráfico # 7



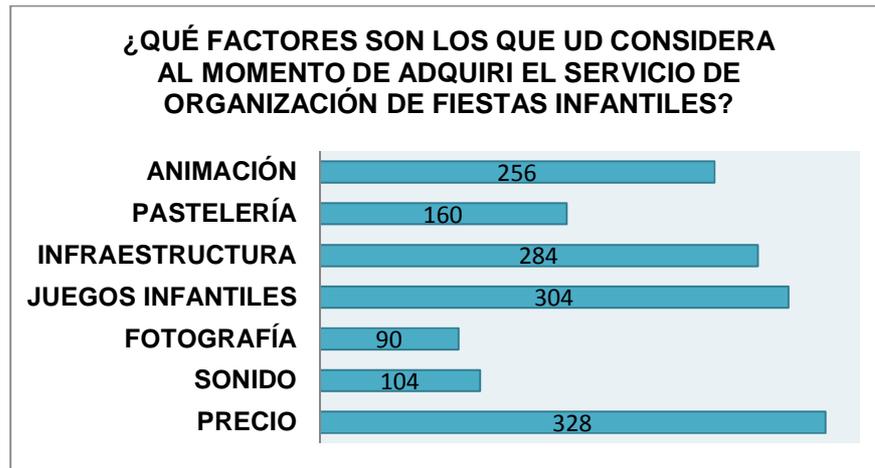
Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

También se pudo saber que los cuatro factores que más influye al momento de buscar un lugar que preste el servicio de organización de fiestas infantiles son: el precio, los juegos infantiles, la infraestructura del lugar y la animación. (Ver gráfico # 8)

Además se conoció los servicios adicionales con los que les gustaría contar al momento de realizar la matiné de sus hijos, entre los que están la comida, caritas pintadas, hora loca y teatro. (Ver gráfico # 9)

¿QUÉ FACTORES SON LOS QUE UD CONSIDERA AL MOMENTO DE ADQUIRIR EL SERVICIO DE ORGANIZACIÓN DE FIESTAS INFANTILES?

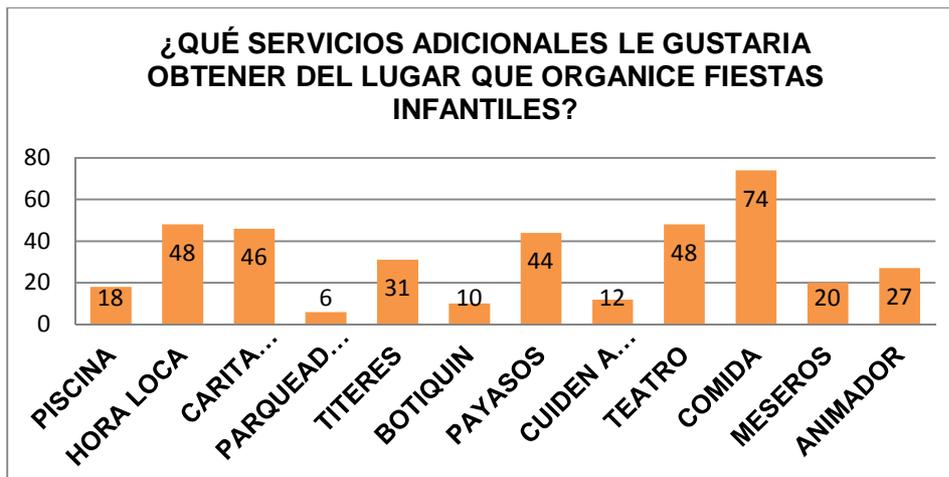
Gráfico # 8



Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

¿QUÉ SERVICIOS ADICIONALES LE GUSTARIA OBTENER DEL LUGAR QUE ORGANICE FIESTAS INFANTILES?

Gráfico # 9



Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

Los demás resultados obtenidos por las encuestas se los encontrarán en el Anexo 4, ahí se detalla cada una de las preguntas con sus respectivos gráficos.

Para la investigación cualitativa se realizó dos reuniones con siete y ocho madres en cada focus group, los cuales tuvieron una duración de 45 minutos cada uno.

Cada una de las madres reunidas tuvieron la oportunidad de compartir con otras con características semejantes, ellas viven en la misma zona y todas tenían hijos entre 9 meses a 14 años.

En las dos reuniones se dió la oportunidad de que cada madre expresará sus gustos y preferencias al momento de realizar las fiestas de sus hijos, expresaron que les gustaría contar con un lugar que les preste este servicio, así no se verían en la necesidad de ir a Guayaquil a buscarlo.

Se conoció qué es lo primero que buscan las madres al momento de realizar la fiesta de sus hijos, en el primer focus, se puede observar en la tabla # 5 que lo primero que buscan es la torta y las sorpresas para la fiesta. En el segundo focus las madres lo que primero buscan para la fiesta de sus hijos son los premios para los juegos, tema de la fiesta, decoración, pastel y la animación. (Ver tabla # 6)

LO PRIMERO QUE BUSCAN AL MOMENTO DE ORGANIZAR LAS FIESTAS DE SUS HIJOS

Tabla # 5

LO PRIMERO QUE BUSCAN AL MOMENTO DE ORGANIZAR LA FIESTA DE SUS HIJOS						
Nombre de las Madres	Torta	Bocaditos	Sorpresas	Piñata	Tema de la fiesta	Decoración
María Isabel Rojas	X					
Mayra Castro	X	X	X			
Kristel Noboa			X	X		
María Pilar Caicedo	X					
Amanda Caicedo Chávez						
Karelia Guzmán					X	
Amparo Caicedo						X

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

Tabla # 6

LO PRIMERO QUE BUSCAN AL MOMENTO DE ORGANIZAR LA FIESTA DE SUS HIJOS							
Nombre de las Madres	Tema de la fiesta	Pastel	Animación	Lugar donde realizar la fiesta	Decoración	Premios para los juegos	Sorpresas
Jessica Suárez			X			X	
Susana Estrella			X		X	X	X
Maribel Loja	X						X
Wendy Sierra		X		X	X		
Maria Domínguez	X		X	X			
Nelly Franco		X				X	
Dora Cáceres		X					
María José Castro	X				X	X	

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group

Se les preguntó a las madres que factores consideran al momento de realizar las fiestas de sus hijos, los dos factores que más pesan al instante de hacer las matins son el precio y la infraestructura. (Ver tabla # 7) Las madres del segundo focus también consideran al precio y de la infraestructura como uno de los factores que más influye, pero a su vez influyen en ellas la variedad de servicios que tenga lugar. (Ver tabla # 8)

FACTORES QUE CONSIDERAN AL HACER LA FIESTA EN LOCAL

Tabla # 7

FACTORES QUE CONSIDERAN AL HACER LA FIESTA EN LOCAL				
Nombre de las madres	Infraestructura	Atención	Precio	Animación
María Isabel Rojas	X		X	
Mayra Castro	X		X	
Kristel Noboa			X	X
María Pilar Caicedo	X	X	X	
Amanda Caicedo Chávez		X	X	
Karelia Guzmán			X	X
Amparo Caicedo	X	X		

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group

Tabla # 8

FACTORES QUE CONSIDERAN AL HACER LA FIESTA EN LOCAL					
Nombre de las madres	Infraestructura	Atención	Precio	Animación	Variedad de Servicios
Jessica Suárez	X		X		
Susana Estrella		X			X
Maribel Loja			X	X	
Wendy Sierra	X				X
Maria Domínguez	X	X			
Nelly Franco			X	X	
Dora Cáceres		X			X
María José Castro	X		X		

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

Así mismo se le preguntó cómo les gustaría que sea la infraestructura del lugar, las madres del primer focus quisieran que lugar tenga ciertas características las cuales son:

- ◆ Césped Sintético
- ◆ Juegos Inflables
- ◆ Piscina
- ◆ Que alguien se encargue de cuidar a los niños
- ◆ Que no solo sea para organizar fiestas infantiles

A las mamás del segundo focus les gustaría que:

- ◆ Que sea seguro
- ◆ Que sea amplio
- ◆ Que tengan juegos tanto para bebés y para los niños más grandes
- ◆ Que sea limpio

Además se les preguntó qué opinaban del nombre The World Kid’s Party. Todas las madres presentes concordaron que el nombre debía ser en español y que sea fácil de recordar y decirlo por ello se decidió cambiar el nombre por Mundo Mágico.

En el Anexo 5 se podrá observar los demás resultados que se obtuvieron en los dos focus group que se realizaron a las madres.

No solo se realizó focus group para las madres sino que también se les hizo a los niños. Se dejó que su imaginación volará, se les dió hojas y colores para que ellos dibujaran “Cómo sería para ellos la fiesta más bacán”, este focus duró 50 minutos, luego que terminaron sus dibujos, cada uno describió que era lo que había expresado en su hoja, y a su vez se les preguntó ¿Qué es lo que les gusta y no les gusta de una fiesta?

A continuación se describirá 3 dibujos de los 7 dibujos que se realizaron en el focus:

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

Figura # 3



Fuente: María Paula Espinoza (2011). Focus Group

Este dibujo fue realizado por la niña María Paula Espinoza, tiene 6 años. En el dibujo se puede observar que la fiesta más “bacán” para María Paula sería al aire libre, con payasos, cama elástica, globos, comida y resbaladera. A su vez se le preguntó que le gustaba y que no de las fiestas, a ella le gusta participar en los concursos que se realizan en las matinés, no le gusta que le pongan torta en la cara y le molesta el sonido cuando se revientan los globos.

Figura # 4



Fuente: Valeria Cortez Pablo (2011). Focus Group

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

La figura # 4 fue realizado por Valeria Cortez Pablo de 10 años, se observa que para que el elemento principal que no puede faltar en su fiesta es la torta y los bocaditos, así mismo sus amiguitos, la música, los globos y los regalos. Además dijo que le gustaban las piñatas y que no le gustaba concursar en los juegos, bailar y que le daban miedo los payasos.

Figura # 5



Fuente: Luis Javier Morejón Sánchez (2011). Focus Group

Este dibujo fue hecho por Luis Javier Morejón Sánchez de 12 años, se puede ver que este dibujo es muy diferente a los anteriores ya que Luis Javier es un niño más grande; el principal elemento es la puerta y significa que él espera la llegada de sus amigos y familiares a su fiesta, con luces, globos, un sofá y una mesa con piqueos. A Luis Javier no le gusta concursar en ningún tipo de juegos y tampoco bailar.

En el Anexo 6 se podrá observar los demás dibujos que fueron realizados en este focus. Cada uno de los dibujos tiene su respectiva descripción.

CONCLUSIÓN:

En este capítulo se puede conocer la acogida que tendría “Mundo Mágico” en los habitantes del Cantón Durán. Asegurando mediante el análisis de la competencia que no existe una empresa que cuente con los mismos servicios en el campo donde se desarrolla el proyecto, con lo cual se determina un bajo grado de amenaza de competidores existentes o nuevos que influya como competencia directa para la empresa siendo así una ventaja.

Mediante la investigación de mercado cuantitativa y cualitativa se conoció los diferentes servicios que desea obtener el cliente, cómo les gustaría que esté adecuado el lugar, en qué tipos de medios les gustaría recibir información del local; se conoció además cuales son las promociones que les gustaría recibir al momento de adquirir este servicio, pero no sólo se pudo conocer las preferencias de los padres, también se conoció desde el punto de vista del consumidor, identificado como los niños y niñas de 0 - 14 años de edad, conociendo sus gustos de preferencias acerca de un evento infantil y los servicios que debería tener su fiesta ideal.

De acuerdo a toda la información que se obtuvo en este capítulo se considerarán cada una de las preferencias de los padres en el caso del perfil del comprador y de los niños para determinar el perfil del consumidor, lo cual servirá para implementar las mejores estrategias, dándoles a los clientes lo que buscan, es decir el beneficio esperado con el beneficios percibido quede en un punto de equilibrio, las mismas que se detallarán en el Capítulo 3 en el que se desarrolla el Plan de Marketing.

CAPÍTULO III

Plan de Mercadeo



Capítulo 3

-  Plan de Marketing
-  Marketing Mix
-  Plan de Acción

INTRODUCCIÓN

En este capítulo se determinará cuales serán los objetivos y metas que “Mundo Mágico” quiere alcanzar con las estrategias y tácticas que se aplicarán en el proyecto.

En lo que respecta al plan de acción se detallará que es lo que se hará, cómo se lo hará, y donde se lo hará, esto ayudará a qué Mundo Mágico cumpla con cada uno de sus objetivos.

3.1 OBJETIVO DE PLAN

OBJETIVO DE MARKETING

- ◆ Captar el 30 % de los habitantes (mercado) del Cantón Durán; dado que se tendrá una participación porcentual por paquete, distribuida de la siguiente manera: el 6 % corresponderá al Paquete I, 5 % al Paquete II, 14 % al Paquete III y el 5 % al Paquete IV, EL mercado potencial es de 2 488 madres o padres de familia, el 30 % que se desea captar será de 746 personas. (En la parte de Anexo 7 se podrá observar cómo se obtuvo los cálculos para la obtención de la cantidad de clientes.)

Tabla # 9

Paquetes	%	No de Eventos
Paquete I	6 %	48
Paquete II	5 %	36
Paquete III	14 %	108
Paquete IV	5 %	36

Fuente: Elaboración propia usando datos del Capítulo de Presupuestación y Financiamiento

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

OBJETIVOS DE VENTA

- ◆ Lograr un incremento de ventas del 10 % el segundo año, en el tercer y cuarto año tener un aumento del 5 %, y el quinto año tener un crecimiento del 2 % en ventas.

Tabla # 10

Año	%	No de Eventos	Ventas (\$)
2013		228	147 301,25
2014	10 %	251	186 439,80
2015	15 %	288	231 295,51
2016	20 %	346	299 000,64
2017	22 %	422	394 484,44

Fuente: Elaboración propia usando datos del Capítulo de Presupuestación y Financiamiento

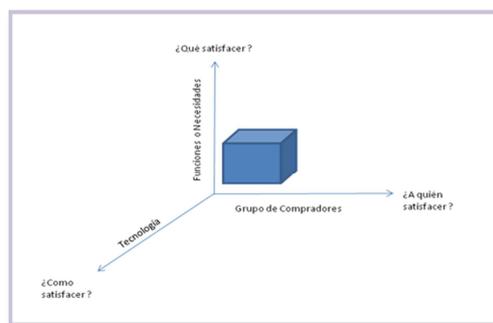
3.2 SEGMENTACIÓN

Son madres y padres de familia que viven en el Cantón Durán, de un nivel socio económico medio y alto. Con respecto al estado civil es indiferente ya que pueden ser casados, divorciados, unión libre o madres solteras que desean realizarle la fiesta de su hijo y que están buscando un lugar que le brinde seguridad, comodidad y sobre todo entretenimiento para su hijo.

3.2.1 MACROSEGMENTACIÓN

DIMENSIONES DE LA MACROSEGMENTACIÓN

Figura # 6



Fuente: Jean Jacquei Lambin (1998)

✿ **¿Qué satisfacer?**

Funciones o Necesidades

“Mundo Mágico”, aspira satisfacer a cada uno de los clientes que esté en la búsqueda de un sitio que organice fiestas infantiles, ya sea un servicio completo o limitado.

✿ **¿A quién satisfacer?**

Grupo de Comprador

“Mundo Mágico”, quiere satisfacer tanto a los padres como a sus hijos.

✿ **¿Cómo satisfacer?**

Tecnología

“Mundo Mágico”, adecuará sus instalaciones de manera que sean seguras, tanto para los niños como para los padres; tendrá una variedad de entretenimiento para los niños, también contará con servicios extras tales como pastelería, fotografía, carritos de comida etc., todo lo que el cliente desea para su fiesta.

3.2.2 MICROSEGMENTACIÓN

✿ **Análisis de la Segmentación**

Son todos los habitantes del Cantón Durán, que tengan la costumbre de celebrar los cumpleaños de sus hijos y que tengan los recursos para organizar una fiesta infantil.

✿ **Elección de Segmento Objetivo**

Son todas las madres y padres de familia del Cantón Durán que tiene hijos menores de catorce años y a su vez poseen los recursos económicos necesarios para invertir en lo que es una fiesta de cumpleaños para sus hijos.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

🌟 Elección del Posicionamiento

El posicionamiento que manejará “Mundo Mágico” será **CONCENTRADO** ya que será la primera empresa en el Cantón Durán que preste el servicio de organización de fiestas infantiles, la cual ofrecerá no solo sus instalaciones sino el servicio completo para la organización de la fiesta. “Mundo Mágico” se dirigirá a un segmento de mercado Medio y Alto.

3.3 POSICIONAMIENTO

El posicionamiento que manejará “Mundo Mágico” es “Experiencia Inolvidable”. Se considera que la magia la lleva cada niño donde los héroes y las princesas están presentes y todo eso se convierte en un sueño mágico para ellos.

Es por ello, que “Mundo Mágico” pretende brindar a los niños y a sus padres la mejor experiencia y hacer de ese día un momento inolvidable para los dos, resaltando al máximo la creatividad e imaginación acorde a lo que el niño quiere.

3.3.1 CUBO ESTRATEGICO

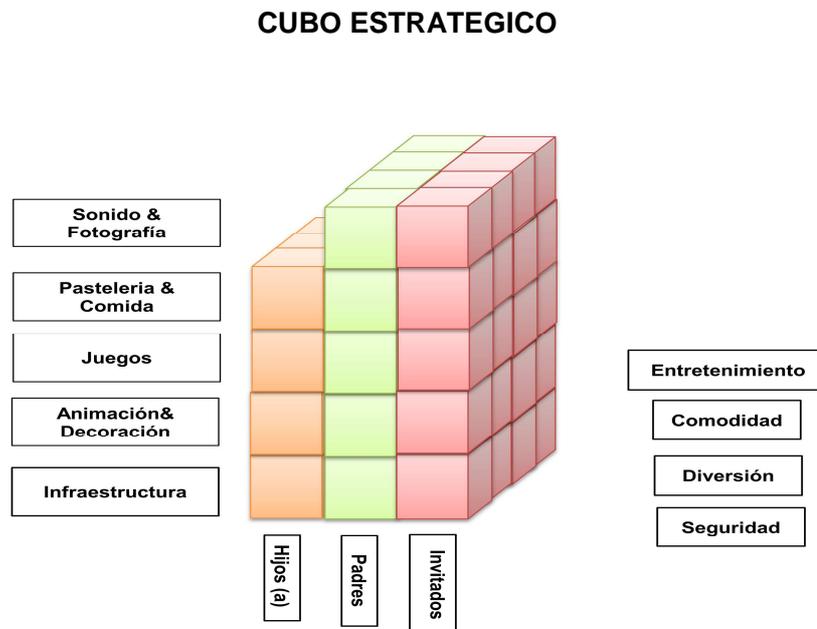


Figura # 7

Fuente: Jean Jacquei Lambin (1998),

3.3.2 ESTRATEGIAS BÁSICAS DE DESARROLLO

“Mundo Mágico” utilizará la estrategia de **CONCENTRACION O ENFOQUE**, ya que se está dirigiendo a un nicho específico como son los habitantes de Cantón Durán que tienen la costumbre de celebrar las fiestas infantiles de sus hijos. La ventaja de la empresa es que no tiene un competidor directo ya que no existe ninguna empresa en este Cantón que preste este servicio.

CUADRO DE ESTRATEGIAS BASICAS DE DESARROLLO

Figura # 8



Fuente: Jean Jacquei Lambin (1998)

3.3.3 ESTRATEGIAS GLOBALES DE MARKETING

“Mundo Mágico” manejará la estrategia del **Especialista o Nicho de Mercado** ya que ofrecerá un servicio especializado en lo que respecta a la organización de fiestas infantiles. A su vez dará opciones a sus clientes de los servicios extras que ellos deseen, el objetivo es llenar las expectativas de nuestros clientes con el fin de aumentar la cuota de mercado.

3.3.4 ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

“Mundo Mágico” usará la estrategia de **Intensificación** ya que quiere ganar a su nicho de mercado, brindando un sitio 100 % adecuado y especializado para la organización de fiestas infantiles y al mismo tiempo se desea aumentar su cuota de mercado.

CUADRO DE ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO

Figura # 9



Fuente: Jean Jacquie Lambin (1998)

Para obtener la cuota de mercado que se desea obtener, se implementará las siguientes estrategias:

- ☀ Ofrecer paquetes infantiles de acuerdo a la necesidad y presupuesto de los clientes.
- ☀ Se realizará alianzas estratégicas con empresas que ofrezcan servicios de decoración, animación y de comida.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

- ✿ Crear una base de datos la cual servirá para proporcionar información a los clientes de las promociones que se va tener.

3.4 ANALISIS DEL CONSUMIDOR

3.4.1 DESCRIPCIÓN DEL CONSUMIDOR O TARGET

“Mundo Mágico”, va dirigido a todos los padres de familia del Cantón Durán, que tengan hijos menores de catorce años, y que conserven la costumbre de celebrar el cumpleaños de sus hijos y a su vez que cuenten con el poder adquisitivo para este tipo de eventos.

3.4.2 MATRIZ ROLES Y MOTIVOS

En esta matriz se establecen los roles que intervienen en el proceso de adquirir el servicio, en este caso la organización de fiestas infantiles, éstas son: la persona que inicia, influye, decide, compra y la que usa. Para cada uno los roles se contesta ciertas interrogantes que son: ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Por qué?, ¿Cuándo? Y ¿Dónde?.

MATRIZ ROLES Y MOTIVOS

Tabla # 11

	¿QUIÉN?	¿CÓMO?	¿POR QUÉ?	¿CUÁNDO?	¿DÓNDE?
EL QUE INICIA	Padres Hijos	Buscando diferentes lugares para realizar la fiesta	Celebrar el cumpleaños de su(s) hijo (s)	Se acerca el cumpleaños de su (s) hijo (s)	Casa Trabajo
EL QUE INFLUYE	Familiares Amigos Conocidos Publicidad	Brindándole una infraestructura adecuada para los niños, y servicios adicionales para las fiestas infantiles	Por conocer los servicios que brinda la empresa	En el momento que tengan que analizar y elegir donde realizar la fiesta infantil	Trabajo Casa Calle
EL QUE DECIDE	El Cliente	Medios Publicitarios Experiencias de otras personas	Servicios Esperados	Analiza los servicios y si cumplen con su expectativas	Casa Trabajo
EL QUE COMPRA	El Cliente	Adquiriendo el Servicio	Servicios Esperados	El día de la fiesta	En las instalaciones del local
EL QUE USA	El festejado de la fiesta en este caso los niños	Disfrutando de las instalaciones del local y de los servicios extras que presta la empresa	Por ser un lugar que les brinda diversión	El día de la fiesta	En las instalaciones del local

3.4.3 MODELO DE IMPLICACIÓN FOOTE, CONE y BELDING

Esta matriz permitirá analizar el comportamiento de elección del cliente, en lo que se refiere a los servicios de fiestas infantiles.

“Mundo Mágico” se ubica en dos cuadrantes que es el **INTELECTUAL y EMOCIONAL**.

Se coloca a los padres en el cuadrante Intelectual ya que antes de adquirir el servicio se informa de las diferentes opciones que se le dá, luego evalúa cada una de las opciones que tiene y para finalizar toma la decisión. En conclusión el cliente se deja llevar por la razón, lógica y los hechos.

En el cuadrante Emocional se los ubica a los niños ya que intervienen más sus emociones que la razón, eso quiere decir que los niños tienen la parte emocional que influye en sus padres.

MATRIZ DE IMPLICACIÓN FOOTE, CONE Y BELDING

Figura # 10

		APREHENSIÓN	
IMPLICACIÓN	FUERTE	INTELECTUAL (Razón, lógica, hechos) Aprendizaje (i,e,a)	EMOCIONAL (Emociones, sentidos, intuición) Afectividad (e,i,a)
	DEBIL	Rutina (a,i,e)	Hedonismo (a,e,i)

i: Información
e: Evaluación
a: Acción

Fuente: Elaboración propia

3.6 ANÁLISIS DE COMPETENCIA

Como se ha podido ver este tipo de negocio está en un alto crecimiento, pero aún no está siendo explotado en el Cantón Durán. Se podrían considerar como competencia a los diferentes salones de eventos, a las personas que animan las fiestas, que trabajan en forma particular y los complejos de algunas empresas que existen en el Cantón.

Se considera que al no existir una competencia directa, “Mundo Mágico” tiene una ventaja ya que sería la única empresa que se especializa en la organización de fiestas infantiles en el Cantón, por lo tanto haría que las personas lo recuerden, que tengan la curiosidad de ir al local y conocer los servicios que la empresa les ofrece.

3.6.1 DEFINICIÓN DE LA INDUSTRIA

Actualmente no existe ninguna empresa dominante en esta industria por ello se la puede denominar como una industria de baja concentración ya que no existe ningún tipo de restricción para el ingreso o la salida de una empresa, a su vez esto se puede considerar una desventaja ya que si algún competidor quiere ingresar a este mercado lo puede hacer fácilmente.

3.6.2 MATRIZ EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS (E.F.E) – EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS (E.F.I)

De acuerdo a los cálculos realizados en las matrices E.F.E y E.F.I en el CAPÍTULO DE SITUACIÓN INICIAL, E.F.E es igual a **2,80** el cual se coloca en eje de ATRACTIVIDAD y E.F.I es igual a **3** este valor se lo ubica en el eje de COMPETITIVIDAD, luego de haber colocado estos valores en la Matriz Mckensy dió como resultado que “Mundo Mágico” está ubicado en cuadrante de **Crecimiento Ofensivo**, tomando en cuenta la oportunidad de un mercado virgen que aún no ha sido explotado. (Ver figura # 11)

3.6.3 MODELO DE NEGOCIO

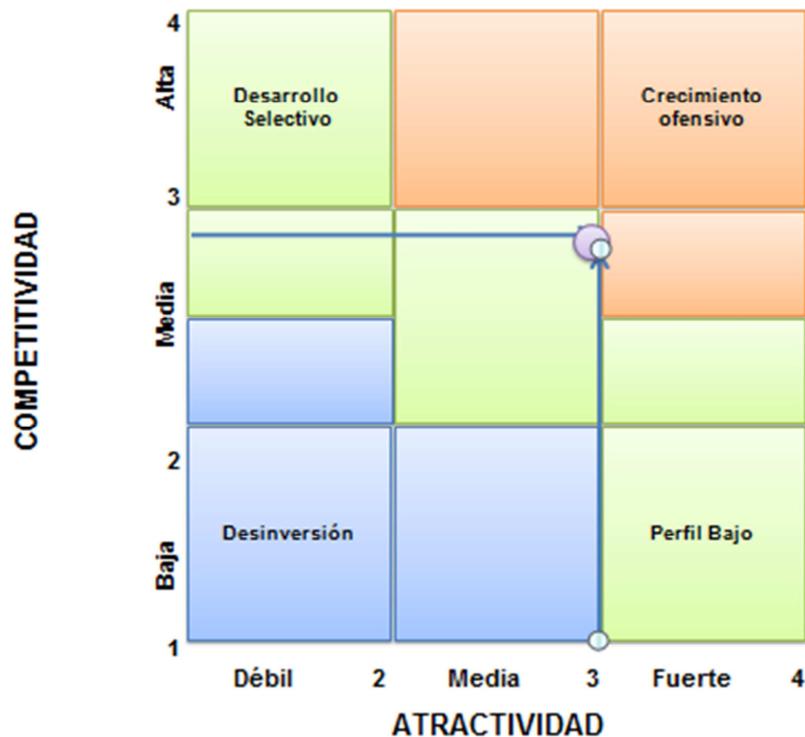
✿ PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor es que “Mundo Mágico” será una “Experiencia Inolvidable”, se considera que la magia la lleva cada niño, donde los héroes y las princesas están presentes y todo eso se convierte en un sueño mágico para ellos.

Es por ello, “Mundo Mágico” pretende brindar a los niños y a su vez a los padres la mejor experiencia y hacer de ese día un momento inolvidable para ambos, resaltando al máximo la creatividad e imaginación acorde a lo que el niño quiere. (Ver figura # 12)

MODELO E.F.E – E.F.I - MATRIZ MCKENSEY

Figura # 11



Fuente: Elaboración propia

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

✿ TARGETING

“Mundo Mágico”, va dirigido a todos los padres de familia del Cantón Durán, que tengan hijos menores de catorce años, que conserven la costumbre de celebrar el cumpleaños de sus hijos y que a su vez cuenten con el poder adquisitivo para llevar a cabo este tipo de eventos. (Ver figura # 12)

MODELO DE NEGOCIO

Figura # 12



Fuente: Elaboración Propia

✿ CANALES y VIAS DE CONTACTO

De acuerdo a la Investigación de Mercado a las personas les gustaría recibir información del servicio por medio de:

- ◆ Volantes
- ◆ Pagina Web
- ◆ Correo electrónico
- ◆ Local

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

✿ CADENA DE SUMINISTRO

Los principales proveedores de “Mundo Mágico” son:

- Servicio de Pastelería
 - Decoración
 - Animación
-
- ✿ La Sra. Estela Silva, será la persona encargada de proveer todo lo que es el servicio de pastelería, la torta, bocaditos de dulce y de sal.
 - ✿ La Sra. Mireya Loor, es la que se encargará de lo que es decoración, y la comida de piqueo que se les dará a los niños.
 - ✿ La “*Payasita Cubana*” será una de las encargadas en lo que a animación se refiere.

3.7 MARKETING MIX

3.7.1 PRODUCTO

Es un servicio que consiste en el alquiler de un local para organizar fiestas infantiles, estará dividido en diferentes zonas para la comodidad de los clientes, las cuales son:

- ✿ Zona Mágica de 0 a 5 años (Viruta de Goma)
- ✿ Zona Kid's de 6 a 14 años (Césped)
- ✿ Zona de Fantasías (Títeres, teatro etc.)
- ✿ Estación de Alimentos (Torta y Mesas)

Lo que se quiere lograr con esto es brindar a cada uno de los clientes un mejor servicio y a su vez dar varias opciones para organizar en forma parcial o total la fiesta.

3.7.2 CARACTERISTICAS

- ✿ **Personal Capacitado:** El personal de “Mundo Mágico” estará capacitado tanto para lo que animación y decoración de las matines.

- ✿ **Seguridad:** La infraestructura de la empresa estará diseñada para que los niños se diviertan y puedan disfrutar de la fiesta, una parte del local estará con césped y la otra con viruta de goma con esto lo que se quiere lograr es que los niños puedan divertirse sin lastimarse.

- ✿ **Fiabilidad:** Se cumplirá con cada una de las cosas que ofrece y cuidará cada detalle, para que se cumpla las expectativas del cliente.

- ✿ **Innovador:** Se brindará servicios innovadores al mercado que se dirige. Como primer paso, se quiere integrar en el área de animación lo que es la presentación de un cuento hecho teatro.

- ✿ **Flexibilidad:** “Mundo Mágico” se manejará por paquetes de servicios en el cual se le ofrecerá varios servicios donde el cliente seleccionará lo que desee o lo que mejor se ajuste a su presupuesto.

3.7.3 CALIDAD

- ✿ **Infraestructura:** En el local se tomarán todas las medidas necesarias para que su infraestructura sea segura. Dividirá sus espacios de la siguiente manera:

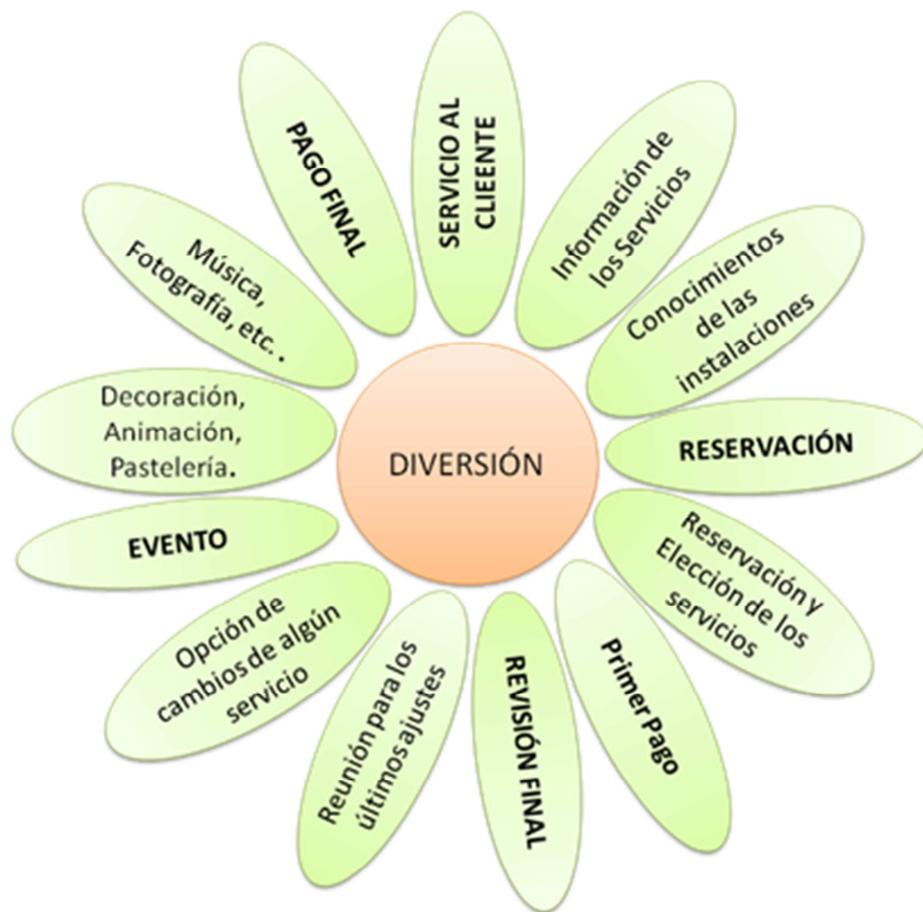
Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

- Será al aire libre.
 - La superficie estará cubierta con césped y viruta de goma.
 - Se separará la zona de juegos para los niños más pequeños y los más grandes.
 - Los subibajas, columpios y resbaladeras estarán ubicados en una zona diferente del parque.
 - Los columpios de los bebés tendrán forma de cesta.
 - Los juegos estarán hechos con materiales resistentes que no se rompan fácilmente.
- **Diversión:** “Mundo Mágico” se quiere caracterizar por brindarle diversión a los niños, por ello se les dará las siguientes opciones:
- Los diversos juegos que tendrá el parque
 - Camas elásticas
 - Títeres
 - Personajes (Barney, Ben 10, Princesas, etc.)
 - Teatro en vivo
 - Piscina de Pelota
 - Castillo Inflable
 - Caritas Pintada

3.7.4 DIAGRAMA DE FLOR

DIAGRAMA DE FLOR

Figura # 13



Fuente: Elaboración propia

En el Diagrama de Flor se puede observar todo el proceso que el cliente deberá realizar desde el momento que se dirige al local hasta el día del evento. El cliente se acerca a las instalaciones de “Mundo Mágico”, encontrándose con la persona que le dará toda la información acerca de los servicios que se tiene y le enseñará las instalaciones del local, luego el cliente deberá reservar el sitio para el día que desee y a su vez deberá elegir las opciones que mejor se ajusten a él. Tendrá que realizar

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

el primer pago de esta manera para reservárselo a él, días antes del evento se tendrá una segunda reunión para ultimar detalles o si el cliente quiere hacer algún cambio en los servicios que eligió.

Ya el día del evento, el cliente podrá acercarse a las instalaciones para que vea como va quedando el sitio y pueda dar sus opiniones, este día tendrá todos los servicios que haya elegido, una vez que se termine el evento el cliente deberá acercarse a las oficinas a realizar el último pago.

3.7.5 MARCA

Se escogió el nombre de The World Kids Party en español significa “**EL MUNDO DE FIESTAS INFANTILES**”. Sin embargo se decidió cambiar el nombre por “**MUNDO MÁGICO**” ya que de acuerdo al Focus Group las madres preferían un nombre en español y que sea fácil de pronunciar, por eso se eligió “**MUNDO MÁGICO**”; ya que se busca que ese día sea mágico tanto para los padres como para los hijos. Lo que se quiere lograr es que los niños sientan que están en su mundo y que pueden jugar y divertirse sin limitarse ni lastimarse.

3.7.6 LOGOTIPO

El diseño del Logo va de acuerdo al nombre de la empresa se utilizaron ciertas características específicas para él como lo son:

- ✿ Tipografía: Es “ANDES”, es letra regular sin negritas.
- ✿ Carita: Se hizo la carita de un niño dentro de la “O” para representar de alguna manera que el lugar es para los niños.
- ✿ Gorrito y Estrellas: Representan a la magia.
- ✿ Colores: Se escogió esa gama para que sea llamativo para los niños.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

Figura # 14



Fuente: Elaboración propia

3.7.8 SERVIPANORAMA

INSTALACIONES INTERNAS

Figura # 15

INSTALACIONES INTERNAS	
	Zona Mágica (0 – 5 años)
	Superficie de Viruta de Goma (Caucho Sintético)
	Columpios, Resbaladeras, Subí y Baja serán de material de Plástico
	Piscina de Pelotas
	Zona Kid's (6 – 14 años)
	Superficie de Césped
	PlayGround
	Cama elástica
	Castillo inflable
	Zona de Fantasías
	Títeres
	Teatro
	Concursos
	Estación de Alimentos
	Mini - Bar
	Mesa principal
	Mesa de invitados

Fuente: Elaboración propia

INSTALACIONES INTERNAS

Las instalaciones internas estarán divididas en 4 zonas:

- Zona Mágica
- Zona Kid's
- Zona de Fantasías
- Estación de Alimentos

ZONA MÁGICA: Esta zona será exclusivamente para los niños de 0 – 5 años, la cual va a contar con una superficie de Viruta de Goma este material es para que los niños no se lastimen, los columpios tendrán forma de canastas para los bebés y los demás juegos infantiles serán de plástico, también contará con una piscina de pelotas.

ZONA KID’S: En esta zona estarán los niños de 6 – 14 años, tendrá un PlayGround, su superficie será de césped para que los niños puedan divertirse sin ningún problema, habrá también cama elástica y un castillo elástico.

ZONA DE FANTASÍAS: Esta zona será básicamente de entretenimiento, aquí se hará obras con títeres, teatro, concursos y la animaciones que el cliente escoja para la fiestas.

ZONA DE ALIMENTOS: Esta será donde se encuentran la mesa con la torta y los bocaditos, también estarán las mesas para los invitados y un mini bar.

INSTALACIONES EXTERNAS

Figura # 16



Fuente: Elaboración propia

Se conoce que la infraestructura, los espacios y los diferentes tipos de recreación, suelen ser un factor importante para los padres al momento de elegir el lugar donde se realizará la fiesta de sus hijos; por ello, la instalación externa del local será al aire y tendrá mallas metálicas frontón con color estas ya que serán para que las personas puedan ver como es por dentro el local, también se le colocará el logo de la empresa para que las personas puedan identificar el lugar; en época de lluvia se colocarán carpas, y de tal manera no correr el riesgo de que los niños y los padres se mojen.

3.8 PRECIO

Los precios del servicio pueden variar, ya que se podría modificar dependiendo de las necesidades que tengan nuestros clientes, por lo que se formó cuatro tipos de paquetes. El objetivo de estos paquetes es contar con una base y mediante ésta se puedan hacer modificaciones según las necesidades y preferencias de nuestros clientes, los paquetes estarán de la siguiente manera:

PRECIO DE PAQUETES I y II

Figura # 17



Fuente: Elaboración propia

PRECIO DE PAQUETES III y IV

Figura # 18

PAQUETE III \$ 675	PAQUETE IV \$ 1,165
Local \$ 120 Mesa principal 10 mesas 30 sillas de niños 30 sillas de adulto Caja de regalo Decoración de la Mesa Principal	Local \$ 120 Mesa principal 10 mesas 30 sillas de niños 30 sillas de adulto Caja de regalo Decoración de la Mesa Principal
Servicios de Comida \$ 330 Mini Hot Dog \$ 60 Mini Pizzas \$ 60 Cánguil \$ 55 Churros \$ 50 Algodón de Azúcar \$ 50 Granizados \$ 55	Servicios de Comida \$ 330 Mini Hot Dog \$ 60 Mini Pizzas \$ 60 Cánguil \$ 55 Churros \$ 50 Algodón de Azúcar \$ 50 Granizados \$ 55
Decoración de Globos \$ 70 Arcos de Globos Pilares de Palmeras Flores de Globos Guirnaldas	Decoración de Globos \$ 70 Arcos de Globos Pilares de Palmeras Flores de Globos Guirnaldas
Pastelería \$ 155 Torta \$ 50 100 Bocaditos de sal \$30 100 Bocaditos de dulce \$30 50 Cupcake \$ 25 15 Galletitas con las iniciales del nombre del cumpleañero \$20	Pastelería \$ 155 Torta \$ 50 100 Bocaditos de sal \$30 100 Bocaditos de dulce \$30 50 Cupcake \$ 25 15 Galletitas con las iniciales del nombre del cumpleañero \$20
	Servicios de Animación \$ 490 Caritas Pintadas \$ 60 Animador \$ 100 Personajes \$ 80 Show de Titires \$ 30 Teatro \$ 100 Hora loca \$ 120

Fuente: Elaboración propia

3.8.1 FACTORES INTERNOS y EXTERNOS

☀ FACTORES INTERNOS

- Costos
- Promociones

☀ FACTORES EXTERNOS

- Economía del País
- Competencia Indirecta
- Recursos Económicos de las personas del Cantón Durán
- Proveedores

3.8.2 RELACION DE PRECIO – CALIDAD

Considerando que el precio es muy importante para los clientes, por lo tanto el precio se justificará, por su infraestructura y por cada uno de los servicios que se les brindará; que serán de alta calidad y de acuerdo a los gustos de los clientes.

3.8.3 ESTRATEGIA DE PRECIO

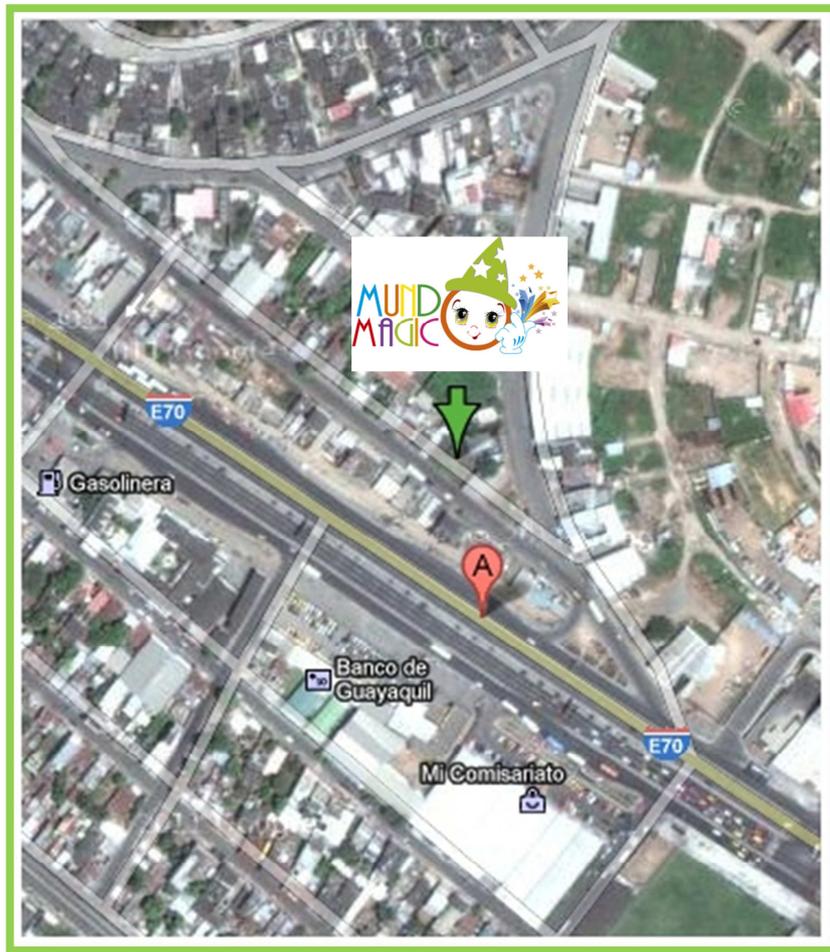
“Mundo Mágico” utilizará la estrategia de **Penetración**, ya que se ajustará a las necesidades y al presupuesto de sus clientes, y de esta manera lograr hacernos conocer en el mercado como una empresa que se ajusta a su presupuesto.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

3.8.4 PLAZA

“Mundo Mágico” estará ubicado en Durán, en la Av. Nicolás Lappenti, ya que brinda una posibilidad de crecimiento del negocio, por ser la Av. Principal del Cantón, conocida por todos los habitantes.

Figura # 19



Fuente: Google Map

MUNDO MÁGICO (VISTA DE PICADA)

Figura # 20



Fuente: Elaboración propia

En la entrada de Mundo Mágico se puede apreciar un banner grande con el nombre y respectivo logo de la empresa, puesto en ese lugar para una mejor apreciación de los peatones; el local estará pintado con colores llamativos para poder llamar así su atención. Tendrá una oficina que estará ubicada en la parte superior del mini bar para cuando algún cliente interesado vaya al local obtenga una mayor apreciación del mismo.

OFICINA – BAR (VISTA FRENTE TRES CUARTOS)

Figura # 21



Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

En la figura # 21 se tiene una vista de frente de la oficina y el bar del local. El bar contará con nueve mesas, donde los padres podrían esperar a sus hijos mientras se divierten.

OFICINA (VISTA DE FRENTE DIAGONAL)

Figura # 22



Fuente: Elaboración propia

La oficina de “Mundo Mágico” contará con equipos de computación, escritorio, tres sillas de oficina y con un mueble de espera. Esta figura tiene vista de frente diagonal de la oficina.

OFICINA (VISTA FRENTE TRES CUARTOS)

Figura # 23



Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

En la figura # 23 se puede observar de frente como será la oficina de Mundo Mágico.

ZONA MÁGICA (0 A 5 AÑOS)

La zona mágica dentro del establecimiento está ubicada en la parte izquierda del local, donde se encuentran objetos como: piscina de pelotas, columpios, columpios para bebés, sube y baja que son de material plástico, y asientos donde los padres podrán descansar, viendo y cuidando de sus hijos mientras ellos juegan, además la zona mágica está asegurada con una cerca de madera, una superficie de caucho sintético con colores vivos como todos sus juegos para llamar la atención de los niños y brindar la seguridad adecuada a niños y niñas entre las edades de 0 a 5 años, adicionalmente se informa por medio de una señalética que podrán ingresar a esta zona sin zapatos, en el caso de los menores de edad el ingreso será en medidas o sin zapatos al igual que los padres.

ZONA MÁGICA (VISTA TRES CUARTA)

Figura # 24



Fuente: Elaboración propia

Esta figura tiene una vista tres cuarta, en la cual se observa cómo estará distribuida la zona mágica la cual tendrá una piscina de pelotas, sube y baja, resbaladeras,

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

columnas y un asiento para que los padres pueden ver a sus hijos mientras están jugando

ZONA MÁGICA (VISTA DE CONTRA PICADA)

En la figura # 25 se puede ver de una manera mas cerca los juegos que se tendrán en la zona mágica, todos los juegos de esta zona seran de plasticos para los niños puedan jugar de una manera más segura y sin el peligro de lastimarse.

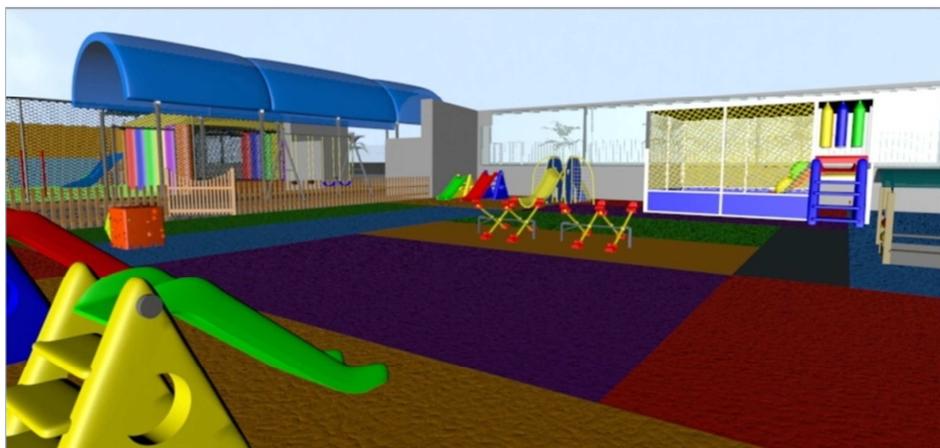
Figura # 25



Fuente: Elaboración propia

ZONA MÁGICA (VISTA TRES CUARTOS)

Figura # 26



Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

En la figura # 26 tiene una vista tres cuartos en la cual se puede ver cómo estará ubicada la piscina de pelotas, los sube y bajas y las resbaladeras.

ZONA KID'S (6 A 14 AÑOS)

La Zona Kid's está en la parte derecha de local, donde se encuentran objetos como: una cama elástica, castillo inflable llamativo, playground; esta zona tendrá una superficie de césped para la comodidad de los niños, está asegurada con una reja de acero.

ZONA KID'S (VISTA DE FRENTE TRES CUARTOS)

Figura # 27



Fuente: Elaboración propia

Aquí se puede observa de una manera frontal como será la zona kid's y los juegos que tendrá esta zona, los cuales son para niños que tengan edades entre 6 a 14 años.

ZONA KID’S (VISTA DE PICADA)

Figura # 28



Fuente: Elaboración propia

En esta figura se puede ver que esta zona tendrá juegos como: playground, cama elástica, un castillo inflable. La superficie de esta zona será de césped para que los niños jueguen de una manera más segura.

ZONA DE FANTASÍAS

Zona de Fantasías, se encuentra en la parte derecha, delante de la zona Kids; tendrá la parte del teatro, concursos y títeres, tendrá sillas de plástico de colores para comodidad de los niños, asegurada también con una cerca de madera.

ZONA DE FANTANSÍAS (VISTA DE FRENTE)

Figura # 29



ESTACIÓN DE ALIMENTOS

Estación de alimentos que consta de mesas para invitados y la mesa principal donde se ubicara la torta correspondiente y sus adornos. Está ubicada a una vista principal por la puerta de entrada del local para que el cliente al entrar aprecie la mesa principal del local, esta al aire libre para obtener una mejor luz del día y mayor frescura.

ESTACIÓN DE ALIMENTOS (VISTA DE FRENTE)

Figura # 30



Fuente: Elaboración propia

En esta figura se observa cómo estarán distribuidas las mesas para los invitados las cuales serán seis mesas y también contará con la mesa principal, que es para colocar los bocaditos y la torta del cumpleaños(a)

ESTACIÓN DE ALIMENTOS (VISTA DE FRENTE)

Figura # 31



Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

En la figura # 31 se observa de manera frontal como podría estar decorada la mesa principal.

BAR (VISTA DE FRENTE)

Figura # 32



Fuente: Elaboración propia

En esta figura se puede observar de frente como será el bar y la distribución de cada una de las mesas con sus respectivas sillas.

3.8.4 PROMOCIÓN

Para lograr el posicionamiento en el mercado objetivo la empresa de eventos infantiles “Mundo Mágico” tiene como principal medio de comunicación, la publicidad que ayudará a tener reconocimiento en la mente del consumidor, captando más mercado.

A continuación se detalla las herramientas promocionales a utilizar en el desarrollo de la P de promoción dentro del marketing mix:

- ✿ Se desarrollará una publicidad informativa en la cual se usará volantes, las cuales serán repartidas en el Supermercado Mi Comisariato, las Zonas

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

Financieras como Banco de Guayaquil y el Banco del Pichincha ubicado en la avenida principal del cantón Durán, como también en el Centro Comercial Durán Outlet, comunicando a los habitantes del Cantón de la apertura del local, su ubicación y las promociones del centro de eventos para fiestas infantiles.

- Se realizará recordación de marca una vez que se apertura el salón de eventos, en los meses de abril, mayo y octubre por meses de festividades e ingreso a clases, a través distintos canales de comunicación detallado en el calendario programado para el año que inicia sus actividades, como referencia para los años proyectados (Del segundo año al quinto año).
- Se buscará tener mayor alcance de comunicación en programas de realce, donde aumenta la afluencia de personas, como es la elección de la reina del Cantón, evento en el cual se participará como auspiciante y a su vez se realizará activación de marca mediante volanteo.
- En la apertura de la Feria Internacional de Durán se pondrá un mini stand en el pabellón 4, con las medidas 4m x 5m, en el cual se dará a conocer los diferentes tipos de decoraciones y servicios que ofrece” Mundo Mágico”.
- Para lograr captar clientes potenciales se realizará volanteo en cuatro escuelas del Cantón, las mismas que tienen gran reconocimiento a nivel de centros educativos mencionadas a continuación:
 - Unidad Educativa BENSON
 - Centro Educativo de Desarrollo Integral (CEDI)
 - Unidad Educativa River Side
 - Academia Naval Amazonas

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

Los días podrían variar de acuerdo a cada una de las instituciones, tomando en cuenta fechas estratégicas, en el mes de abril por inicio de clase, en el mes de mayo por programas del día mundial del niño y en el mes de octubre por fiestas cantonales.

- **MOTIVACIÓN AL PERSONAL:** La motivación es el motor que impulsa a las personas a desempeñarse mejor en su trabajo, para lograr que los empleados de la empresa se sientan motivados se les recompensará por sus esfuerzos, y así sigan desempeñándose de la mejor manera.

Los incentivos dentro de la empresa serán:

- Otorgar un 10 % de descuento del local al realizar una fiesta para sus hijos.
- Capacitación constante de las nuevas tendencias de decoración para las matinés brindando de esta manera un servicio de calidad. Estas capacitaciones se las realizará dos veces al año, en los centros especializados según los temas de interés, como es el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional Secap y en Guimsa.
- Capacitación interna de todos los servicios que tiene “Mundo Mágico” como también las promociones que existente para generar ingresos y que el personal este a su vez informado de todo lo que presta el establecimiento al momento de que un cliente contrate el servicio de organización de eventos infantiles.
- Los empleados serán parte de las reuniones laborales para las decisiones que se deban tomar en la empresa; los mismo podrán dar su opinión.
- Para los empleados que trabajen directamente con la empresa, se los asegurará y se les dará todos los beneficios que impone la ley.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

- Se realizará un día de integración para los empleados con sus familias, se les hará una fiesta en el local en época navideña, donde tendrán la opción de llevar a dos familiares más si desean.
- **EMAILING:** “Mundo Mágico” creará una base de datos, esta información se la obtendrá de acuerdo a la recopilación de datos de los Colegios del Cantón, otorgada por el Ministerio de Educación.

La base de datos tendrá las siguientes variables, la misma que es información general de los clientes potenciales:

FORMATO DE BASE DE DATOS

Tabla # 12

FORMATO DE BASE DE DATOS						
Nombre del Padre	Teléfono	Correo	Número de Hijos	Nombre de los Hijos	Edad de los Hijos	Fecha del Cumpleaños

Fuente: Elaboración propia

Luego de obtener esta información se hará lo siguiente:

- Se enviará correos electrónicos informando de la apertura de “Mundo Mágico” y de los diferentes servicios y promociones que se irán implementando.
- También se harán llamadas telefónicas para ofrecerles los servicios de la empresa.
- Un mes antes del cumpleaños del hijo se les enviará un correo ofreciéndole los servicios y dándole un 10 % de descuento si realiza la fiesta en el local.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

- Se creará una página web para que los clientes tengan un acceso más directo a la empresa y sus servicios, en la cual se les informará de las promociones que tendrá el local.
 - “Mundo Mágico” será parte de las redes sociales como lo es Facebook y Twitter los cuales son los más utilizados en la actualidad, aquí las personas podrán obtener información del local y tendrán la facilidad de preguntar de los servicios que se brinda.
 - Cada año se realizará un sorteo con las personas que han realizado la fiesta de su hijo en el local, el sorteo se basará en otórgale un 25 % de descuento en lo que es el alquiler del local.
 - Se les hará un seguimiento a los clientes de la empresa, para que de esta manera se pueda saber si hemos llenado sus expectativas.
- **AUSPICIO:** Se auspiciará tres eventos del Cantón Durán, como lo es:
- La elección de la reina, que es en el mes de octubre, el día varía de acuerdo a las ordenanzas del Alcalde. No solo se auspiciará sino que también se les entregarán volantes a las personas que asistan a dicho evento.
 - También se auspiciará la fiesta del Día del niño y de Navidad que realiza el Alcalde Dalton Narváez todos los años, con esto se logrará que vean a la empresa preocupada por la comunidad y no sólo por generar ingresos.
- **MINI – STAND:** Se instalará un Mini – Stand en la Feria de Durán, el mes puede variar de acuerdo a las fechas que están programadas para la apertura de la misma, en el stand se les dará información acerca de los

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

servicios de “Mundo Mágico” y de su ubicación. El Stand estará adornado con diferentes decoraciones en globos, de tal manera que sea llamativo para las personas y que tengan la curiosidad de visitar el mismo, a su vez se entregarán volantes dentro y fuera de la localidad.

El Objetivo del instalar el Stand en dicho recinto será el de informar y recolectar información de nuestros posible clientes, de tal manera que se obtenga contacto para incluir en la base de datos de la empresa.

RECINTO FERIAL DE DURÁN

Figura # 33



Fuente: www.feriadedurán.com (2011)

3.8.4.1 CANALES DE COMUNICACIÓN

- ✿ **Volantes:** Las medidas de las volantes serán de 11 x 15, habrán 4 personas que se encargarán de entregar en sitios estratégicos en el cantón Durán, como por ejemplo:

- ◆ Mi Comisariato

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

- ◆ Durán Outlet
- ◆ Zona Financieras (Banco de Guayaquil y Banco del Pichincha)

Figura # 34



Fuente: Elaboración propia

El contenido de esta volante es con el objetivo de informar los servicios con los que cuenta el establecimiento de eventos infantiles, se muestra la división y las áreas que el cliente puede disfrutar al momento de contratar un evento, dos imágenes del local que son impacto visual del material promocional.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

CRONOGRAMAS DE VOLANTES

Tabla # 13

Mi Comisariato	Días	Volantes por día	Total de Volantes
	Sabado 19 y Domingo 20	500	1 000
	Sabado 13 y Domingo 14	500	1 000
			2 000

Durán Outlet	Días	Volantes por día	Total de Volantes
	Sabado 19 y Domingo 20	750	1 500
	Sabado 13 y Domingo 14	750	1 500
			3 000

Banco de Guayaquil	Días	Volantes por día	Total de Volantes
	Miercoles 16 y Jueves 31	250	500
	Martes 16 y Jueves 1	250	500
			1 000

Banco de Pichincha	Días	Volantes por día	Total de Volantes
	Miercoles 16 y Jueves 31	250	500
	Martes 16 y Jueves 1	250	500
			1 000

Fuente: Elaboración propia

✿ **Página Web:** Se creará una página web que costará \$ 500,00 (H&E Producciones), donde se tendrá toda la información necesaria de la empresa con el objetivo de promocionar e informar , ingresar noticias y eventos realizados, actualizando cada mes la pagina con imágenes de los clientes que han realizado un evento en “Mundo Mágico”, captando más mercado potencial, dentro de las secciones creadas se tiene:

- ◆ **Quienes somos**
- ◆ **Misión y Visión**
- ◆ **Servicios**
- ◆ **Fotos de local**

◆ **Correo y Teléfonos para contactarnos**

- ✿ **Correos Electrónicos:** Se enviará un correo electrónico a todos los clientes que conformen la base de datos de la empresa para comunicarles las promociones que se tengan y recordándoles que visiten nuestra página web, mencionándole como contactarnos para mayor información a través de correos electrónicos y teléfonos con los horarios de oficina.

La ejecución de los correos electrónicos serán los días sábados en vista que los padres de familia cuentan con un poco más de su tiempo para revisar un correo electrónico informativo, sin olvidar pedir autorización a los usuarios para enviarle correos electrónicos para no caer en spam, mencionado en el pie de página del correo, el contenido de este enunciado es para que el suscriptor se remueva o siga recibiendo correo elaborados por la empresa “Mundo Mágico”.

CRONOGRAMAS DE CORREOS ELECTRÓNICOS

Tabla # 14

Mes	Días	Costo
Febrero	Sabado 16 y Sabado 23	\$ 80,50
Mayo	Sabado 18 y Sabado 25	\$ 80,50
Junio	Sabado 15 y Sabado 22	\$ 80,50
Agosto	Sabado 17 y Sabado 24	\$ 80,50
Septiembre	Sabado 14 y Sabado 22	\$ 80,50
Total Anual		\$ 402,50

Fuente: Elaboración propia

- ✿ **Periódico:** Se realizará una publicación de octava de página en el diario de mayor trayectoria como lo es El Universo pero en la sección de La Revista, este medio será utilizado días antes de la inauguración del local y cada trimestre del año.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

Los precios de anuncios del universo fueron cotizados a través de la página web del Universo en la sección de La Revista.

Los meses seleccionados para la ejecución del pautaaje en este medio de comunicación como es la prensa, fueron tomados en cuenta por eventos a nivel mundial, uno de ellos es el día del niño, festividades del cantón, y promoción anticipada para fiestas navideñas y por inicio de clases, de esta manera hacer presencia de marca. (Ver tabla # 13)

CRONOGRAMAS DE ANUNCIOS EN EL PERIÓDICO

Tabla # 15

Mes	Dias	Diario	Tamaño	Precio
Febrero	Domingo 17	El Universo - La Revista	9,42 cm x 5,43 cm	\$ 480
Mayo	Domingo 28	El Universo - La Revista	9,42 cm x 5,43 cm	\$ 480
Octubre	Domingo 27	El Universo - La Revista	9,42 cm x 5,43 cm	\$ 480
Noviembre	Domingo 17	El Universo - La Revista	9,42 cm x 5,43 cm	\$ 480
Total Anual				\$ 1 920

Fuente: Elaboración propia

✿ DESCUENTOS AL PERSONAL

“Mundo Mágico” otorgará a su personal un descuento del 10 % del alquiler del local para realizar el cumpleaños de sus hijos, el cual equivale a \$ 12,00 se considera que apenas el 40 % personal (2 personal) que soliciten este tipo de eventos ya que solo se incurre el descuento del local.

✿ SORTEO ANUAL

La empresa realizará en el mes de diciembre un sorteo con los padres que hayan realizado el cumpleaños de su hijo en local, en el cual se le otorgará el 25 % de

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

descuento del local el cual seria de \$ 30,00 en la próxima que realice en las instalaciones de “Mundo Mágico”.

🌸 DESCUENTO POR CUMPLEAÑOS

De acuerdo a la base de dato de la empresa se enviara un correo a los padres de los niños que estén cerca de cumplir años, informándole de los servicio y ofreciéndoles un descuento del 10 %, que corresponde a \$ 12,00, se considera que cada mes dos de los padres requieran este beneficios, el gasto anual por este descuento es de \$ 288,00.

3.8.4.2 CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES DE MARKETING AÑO 2013

Tabla # 16

Estrategias	PRODUCTOS	Cantidad	FRECUENCIA	PVP UNITARIO	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
PROMOCIONAL	VOLANTES	8 000	20	\$ 0,1410			\$ 141,00	\$ 493,50					\$ 493,50		
	EMAILING	10	2	\$ 80,50		\$ 161,00		\$ 161,00	\$ 161,00		\$ 161,00	\$ 161,00			
	PERIODICO	4	4	\$ 480,00	\$ 480,00			\$ 480,00					\$ 480,00	\$ 480,00	
	DESCUENTO AL PERSONAL	2	2	\$ 12,00						\$ 12,00		\$ 12,00			
	SORTEO ANUAL	1	1	\$ 30,00											\$ 30,00
	DESCUENTO POR CUMPLEAÑOS	24	24	\$ 12,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 36,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 36,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00
RELACIONAL	VOLANTES	2 500	5	\$ 0,14100									\$ 353,50		
	STAND	1	1	\$ 1.700									\$ 1 700		
PRODUCTO	SECAP	2	2	\$ 27,70			\$ 55,40		\$ 55,40						
	GIMSA	2	2	\$ 26,62							\$ 53,25		\$ 53,25		
RESPONSABILIDAD SOCIAL	Fiesta del Niño y Navidad	2	2	\$ 120,00					\$ 120,00						120,00
Total					\$ 504,00	\$ 185,00	\$ 220,40	\$ 1 158,50	\$ 372,40	\$ 36,00	\$ 238,25	\$ 209,00	\$ 3 103,25	\$ 504,00	\$ 174,00
TOTAL DE GASTO MARKETING		\$ 6 704,80													

Fuente: Elaboración propia

3.8.4.3 ACTIVIDADES DE MUNDO MAGICO

Tabla # 17

		AÑO 2012												AÑO 2013											
		MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE				
ACTIVIDADES																									
Producto	Construcción de Local	14 DE MAYO 2012 -26 DE ENERO 2013																							
	Permiso de Funcionamientos y Bomberos									14 ENERO - 21 ENERO															
	Estudio de factibilidad de registro y Registro de marca								19 DE NOV 2012 - 18 DE ENERO 2013				28 MAYO						27 OCT	17 NOV					
	Capacitaciones											9 -20 ABR		4 -16 JUNIO		13 -25 AOO1		16 -28 OCT							
	Inauguración del local										9 FEB														
Promociones	Creación de Pagina Web								10 DIC 2012 - 18 FEB 2013																
	Volanteo Colegios											8 ABRIL													
	Duran Outlet, Banco Guayaquil y Banco de												13 -19 MAYO						12 -13 OCT						
	Emailing										16 -23 MARZO	15 -25 ABRIL		16 -22 JUNIO		17 -24 AOO1	14-22 SEPT								
	Anuncios de Periodico									19 FEB			28 MAYO						27 OCT	17 NOV					
Relaciones Publicaas	Stand - Feria Internacional de Duran																	6 -14							

Fuente: Elaboración propia

CRONOGRAMAS DE ACTIVIDADES DE “MUNDO MÁGICO”

“Mundo Mágico” realizó su cronograma de actividades del 2012 y 2013 de acuerdo las estrategias de Marketing que se realizarán y el que se llevara para la construcción del local. A continuación se detalla cada una de las estrategias.

✿ ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Las actividades a realizar desde el mes de mayo a diciembre 2011, en cuanto al desarrollo del producto, es la construcción del local, permisos de funcionamiento y bomberos.

El estudio de factibilidad y las capacitaciones al personal por medio de instituciones como el Secap y la empresa privada Gimsa.

✿ ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Las actividades para promoción de “Mundo Mágico” comienza desde la apertura del establecimiento que se realizará el primer fin de semana del mes de febrero, al mismo tiempo se subirá la página web para que visiten los posibles clientes, la ejecución de entrega de volantes en escuelas, las zonas financieras, supermercado y centro comercial seleccionadas se detallaron en la tabla # 15.

En el mes de mayo se enviara la primera campaña de correos masivos (emailing) para captar la atención de los padres de familia y otorgar el 10 % de descuento del local cuando se acerque el cumpleaños de su hijo, con el objetivo de contraten el servicio, al momento que reciba el correo electrónico tendrá una vigencia de 15 días. Se pautara un anuncio en “La Revista” en el diario El Universo, los meses y días que se harán estas publicaciones se las detalla en el cronograma.

✿ RELACIONES PÚBLICAS

En el mes de Octubre del primer año en funcionamiento se realizará un evento, donde hará presencia de marca e informar de los servicios que ofrece “Mundo Mágico” con herramientas Publicitarias, se montará un stand en la Feria de Durán.

CONCLUSION:

El plan de mercadeo ayudará a “Mundo Mágico” a cumplir con sus objetivos establecidos, para lograr esto se realizó un cronograma de actividades tanto de marketing como del tiempo que se demorará para construcción del local y permisos que necesita “Mundo Mágico” para el funcionamiento del mismo.

La información que se obtuvo de la investigación de mercado, ayudará a la empresa a tomar las mejores decisiones y poder implementar estrategias efectivas para lograr sus objetivos.

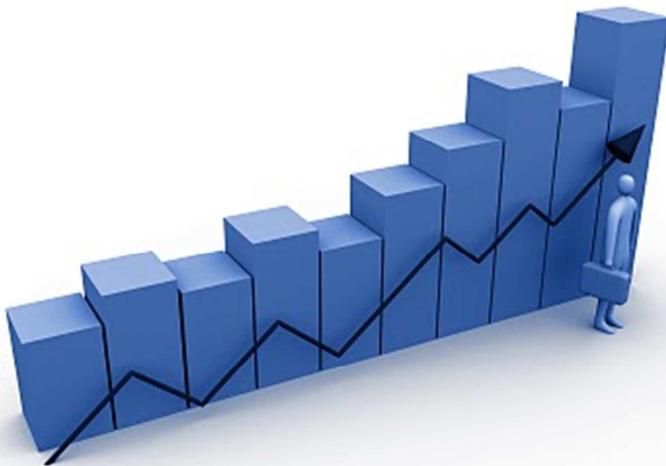
Las acciones que se implementarán serán: volantes, emailing, anuncios de periódico, pagina web, stand y capacitaciones al personal, las cuales se respaldarán en presupuesto, acción de control y cronogramas de actividades.

El control de las actividades será periódico, con la finalidad de conocer y considerar los resultados obtenidos, a su vez las personas encargadas de cada una de las actividades tendrá que presentar un informe escrito al gerente, en el cual debe comunicar las novedades que hubo en el día, que personas se les acerco a preguntar acerca de los servicios de la empresa.

El objetivo de este control es para verificar si las decisiones que se están tomando son las mejores y están cumpliendo con los objetivos esperados.

CAPÍTULO IV

Presupuestación y Financiamiento



Capítulo 4

- ✦ INVERSIÓN
- ✦ GASTOS
- ✦ COSTO
- ✦ MODELO DE NEGOCIO
- ✦ FINANCIAMIENTO
- ✦ VENTAS

INTRODUCCIÓN

En este capítulo se desarrollará el análisis financiero de “Mundo Mágico”, se analizará cuanto hay que invertir para la apertura del local y la adecuación del mismo. Se detallará cuanto será la aportación por cada uno de los socios.

De acuerdo a las ventas que se tendrán, se realizan proyecciones a 5 años, la cual indicará la rentabilidad del negocio.

4.1 DEFINICIÓN DE INGRESOS Y EGRESOS

Para conocer las actividades de “Mundo Mágico” se detallará los ingresos y egresos del mismo, a su vez que se especificará los gastos y costos que incurre la misma.

4.1.1 INGRESOS

Los ingresos de “Mundo Mágico” se dividen en: Paquete I, Paquete II, Paquete III y Paquete IV. También tiene ingresos extras por servicios adicionales que no están dentro de los paquetes, a continuación se detalla los ingresos por paquete y por los servicios extras.

“El criterio que se utilizó para calcular la cantidad de clientes por paquetes se basa en la infraestructura con la que se cuenta y el costo de los paquetes de acuerdo al segmento objetivo al cual va dirigido los servicios de “Mundo Mágico”, que es al nivel socio económico medio y alto, los cuales representan el 45 % y 5 % respectivamente.”

En cada tabla se podrá encontrar los ingresos por cada uno de los paquetes y por los servicios extras que se ofrece, se detalla cuantos clientes se tendrían anualmente con sus respectivos precios y cuáles serán las ventas mensuales y anuales, cada uno de los paquetes están proyectados a cinco años con un incremento en ventas del 10 %, 15 %, 20 % y 22 % respectivamente para cada año.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

NOTA: Con la finalidad de cumplir con los objetivos del plan de mercadeo (ventas y marketing) se han modificado el # de eventos a realizar en cada uno de los paquetes mencionados a continuación:

INGRESOS POR PAQUETE I

Tabla # 18

INGRESOS POR PAQUETE I					
4 x mes	2013 Año 1	2014 Año 2	2015 Año 3	2016 Año 4	2017 Año 5
Cantidad clientes Anual	48	53	61	73	89
Precio por paquete	120,00	138,00	151,80	166,98	183,68
Ventas mensuales	480,00	607,20	768,11	1 013,90	1 360,66
Ventas anuales	5 760,00	7 286,40	9 217,30	12 166,83	16 327,89
Incremento		0,10	0,15	0,20	0,22

Fuente: Elaboración propia

En el paquete # 1, se prevé realizar 4 fiestas al mes dando como resultado 48 fiestas al año, esto representa el 6 % de captación del mercado meta (746 hogares), este producto a ofrecer tiene un valor de \$ 120,00 que incluye solo el local, con lo que se obtiene en el primer año un ingreso de \$ 5 760,00. Al término de la proyección (año N° 5 – 2017) las ventas serán de \$ 16 327,89 con la ayuda de las estrategias de marketing a utilizar.

INGRESOS POR PAQUETE II

Tabla # 19

INGRESOS POR PAQUETE II					
3 x mes	2013 Año 1	2014 Año 2	2015 Año 3	2016 Año 4	2017 Año 5
Cantidad clientes Anual	36	40	46	55	67
Precio por paquete	520,00	598,00	657,80	723,58	795,94
Ventas mensuales	1 560,00	1 973,40	2 496,35	3 295,18	4 422,14
Ventas anuales	18 720,00	23 680,80	29 956,21	39 542,20	53 065,63
Incremento		0,10	0,15	0,20	0,22

Fuente: Elaboración propia

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

Como se observa en la tabla para este paquete se tiene estimado realizar 3 fiestas al mes, realizando 36 eventos al año con un incremento del 5 % estimado en el año 2014 y 2015, y 2 % para el año 2016 y 2017. Este paquete es contratado por un valor de \$ 520,00 ya que cuenta con servicios y productos que incrementan el costo como; Piqueos y Decoración, captando del mercado una participación del 5 % con un ingreso de \$ 18 720,00 en año 2013.

INGRESOS POR PAQUETE III

Tabla # 20

INGRESOS POR PAQUETE III					
9 x mes	2013 Año 1	2014 Año 2	2015 Año 3	2016 Año 4	2017 Año 5
Cantidad clientes Anual	108	119	137	164	200
Precio por paquete	675,00	776,25	843,75	911,25	978,75
Ventas mensuales	6 075,00	7 684,88	9 606,09	12 449,50	16 313,45
Ventas anuales	72 900,00	92 218,50	115 273,13	149 393,97	195 761,43
Incremento		0,10	0,15	0,20	0,22

Fuente: Elaboración propia

La participación del paquete N° III tiene un 14 % del mercado meta, que son los hogares a los que se espera llegar logrando realizar 9 eventos al mes y anualmente se estima 108 eventos en el año 2013, en donde inicia los ingresos proyectados de “Mundo Mágico”

INGRESOS POR PAQUETE IV

Tabla # 21

INGRESOS POR PAQUETE IV					
3 x mes	2013 Año 1	2014 Año 2	2015 Año 3	2016 Año 4	2017 Año 5
Cantidad clientes	36	40	46	55	67
Precio por paquete	1 165,00	1 339,75	1 456,25	1 572,75	1 689,25
Ventas mensuales	3 495,00	4 421,18	5 526,47	7 162,30	9 385,27
Ventas anuales	41 940,00	53 054,10	66 317,63	85 947,64	112 623,24
Incremento		0,10	0,15	0,20	0,22

Fuente: Elaboración propia

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

Se espera captar el 5 % del mercado meta que corresponde a 36 hogares potenciales del cantón Durán.

Para el paquete IV que tiene un valor \$1 165,00, donde incluye todos los servicios de animación, decoración y alimentos, local, este paquete es el más promocionado por la empresa ya que tiene un mayor margen de ganancias y el cliente tendrá todos los servicios necesarios para realizar el evento infantil.

OTROS INGRESOS

Tabla # 22

OTROS INGRESOS POR SERVICIOS					
	2013 Año 1	2014 Año 2	2015 Año 3	2016 Año 4	2017 Año 5
Cantidad Servicios	116	151	155	176	242
Fotografía	10	10	10	10	10
Filmación	3	8	10	8	8
Banner	3	8	5	8	5
Música	30	50	50	60	80
Meseros	70	75	80	90	139
Fotografía	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Filmación	187,50	500,00	625,00	500,00	500,00
Banner	168,75	450,00	281,25	450,00	281,25
Música	1 875,00	3 125,00	3 125,00	3 750,00	5 000,00
Meseros	5 250,00	5 625,00	6 000,00	6 750,00	10 425,00
Ventas anuales	7 981,25	10 200,00	10 531,25	11 950,00	16 706,25
Incremento		0,30	0,03	0,14	0,38

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla se ha detallado los servicios extras, el número de familia que contrarían estos servicios y cuanto serían los ingresos por cada uno de los servicios adicionales que presta “Mundo Mágico”. En el año 2013 los ingresos por los servicios extra serán de \$ 7 981,25 dólares.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

RESUMEN DE INGRESOS

Tabla # 23

RESUMEN DE INGRESOS					
	2013 Año 1	2014 Año 2	2015 Año 3	2016 Año 4	2017 Año 5
Número Clientes	228	251	288	346	422
Paquete 1	5 760,00	7 286,40	9 217,30	12 166,83	16 327,89
Paquete 2	18 720,00	23 680,80	29 956,21	39 542,20	53 065,63
Paquete 3	72 900,00	92 218,50	115 273,13	149 393,97	195 761,43
Paquete 4	41 940,00	53 054,10	66 317,63	85 947,64	112 623,24
Otros Servicios	7 981,25	10 200,00	10 531,25	11 950,00	16 706,25
TOTAL INGRESOS	147 301,25	186 439,80	231 295,51	299 000,64	394 484,44

Fuente: Elaboración propia

Los ingresos del primer año son de \$ 147 301,25, que incluye los cuatro paquetes que ofrece “Mundo Mágico”, como también una proyección de los otros servicios adicionales como son fotografía, filmación, banner con la impresión de la foto del cumpleaños, música y meseros, a contratar para el evento, al término del año 2017 se espera llegar a tener unos ingresos por venta de paquetes y servicios de \$ 394 484,44.

4.1.2 EGRESOS

4.1.2.1 INVERSIÓN

Mundo Mágico tiene como objetivo ingresar al mercado del Cantón Durán con un local que organice fiestas infantiles, para que esto sea posible Mundo Mágico deberá invertir \$ 155 071,39 dólares.

A continuación se detalla los activos fijos y diferidos, los cuales especifican el valor total de cada una de las cuentas. A su vez se realizó la depreciación y amortización correspondiente.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Tabla # 24

ACTIVO FIJO	Cantidad	Valor Total	% Depreciación	Depreciación anual	Depreciación mensual
Maquinarias	7	3 665,35	10 %	366,54	30,54
Muebles y Enseres	80	994,75	10 %	99,48	8,29
Equipos de Oficinas	7	1 345,50	10 %	134,55	11,21
Equipos de Computación	2	1 018,75	33 %	336,19	28,02
Herramientas para diversión	4	7 400,00	10 %	740,00	61,67
Terreno	1	55 000,00	5 %	2 750,00	229,17
TOTAL		69 424,35		4 426,75	368,90

Fuente: Elaboración propia

La inversión de los activos fijos es de \$ 69 424,35, se detallaran en cuadros cada uno de los costos que tienen los activos de la empresa.

MAQUINARIA

Tabla # 25

MAQUINARIAS	
Carretas de Hot Dog	\$ 890,00
Carretas de Pizza	\$ 700,00
Carretas de Algodón de Azúcar	\$ 630,00
Carretas de Granizado	\$ 265,00
Carreta de Canguil	\$ 350,00
Microondas	\$ 125,35
Refrigeradora	\$ 705,00
Total	\$ 3 665,35

Fuente: Elaboración propia

MUEBLES Y ENSERES

Tabla # 26

MUEBLES Y ENSERES		
10	Mesas Plásticas	\$ 395,90
35	Sillas Plásticas de Adulto	\$ 397,60
35	Sillas Plásticas de Niños	\$ 201,25
	Total	\$ 994,75

Fuente: Elaboración propia

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

❁ EQUIPOS DE OFICINA

Tabla # 27

EQUIPOS DE OFICINAS	
Aire Acondicionado	\$ 389,00
Archivador	\$ 260,00
Escritorio	\$ 250,00
Sofá de Oficina	\$ 250,00
Silla Ejecutiva	\$ 196,50
Total	\$ 1 345,50

Fuente: Elaboración propia

❁ EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Tabla # 28

EQUIPO DE COMPUTACION Y SOFTWARE	
Computadora	\$ 891,96
Impresora	\$ 126,79
Total	\$ 1 018,75

Fuente: Elaboración propia

❁ HERRAMIENTAS DE DIVERSIÓN

Tabla # 29

HERRAMIENTAS	
Resbaladeras, Columpios y Subí & Bajas	\$ 3 000,00
Castillo Inflable	\$ 1 200,00
PlayGround	\$ 2 800,00
Cama Elástica	\$ 400,00
Total	\$ 7 400,00

Fuente: Elaboración propia

INVERSIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Tabla # 30

ACTIVO DIFERIDO	Valor Total	% Amortización	Amortización anual	Amortización mensual
Diseño de Página Web	500,00	20 %	100,00	8,33
Registro de Dominio y Hosting	100,00	100 %	100,00	8,33
Publicidad inicial	760,00	20 %	152,00	12,67
Gastos de Instalación	70 895,00	20 %	14 179,00	1 181,58
Gastos de constitución	786,00	20 %	157,20	13,10
TOTAL	73 041,00		14 688,20	1 224,02

Fuente: Elaboración propia

Entre los activos diferidos se tiene la creación de la página web, gastos de instalaciones, gastos de constitución etc., el valor total de todos estos activos será de \$ 73 041,00 dólares.

- ✿ Se creará una Página Web, las personas encargadas en cargadas de montar la página será H&E Producciones, la página tendrá un valor \$ 500,00, el registro de dominio y hosting es de \$ 100,00.

✿ GASTOS DE INSTALACIONES

Tabla # 31

GASTOS DE INSTALACIÓN	
Infraestructura	\$ 67 000,00
Implementos varios	\$ 3 895,00
Total	\$ 70 895,00

Fuente: Elaboración propia

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

☀ GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Tabla # 32

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Estudio de Factibilidad de Registro	\$ 72,00
Solicitud de Registro de Marca	\$ 504,00
Permiso de Bomberos	\$ 45,00
Permiso del Municipio	\$ 165,00
Total	\$ 786,00

Fuente: Elaboración propia

☀ PÚBLICIDAD INICIAL

Tabla # 33

PUBLICIDAD INICIAL	
Anuncios de Periódico (El Universo - La Revista)	\$ 320,00
Gastos de Volantes (18.000 Volantes)	\$ 400,00
Personal para volanteo (Escuelas)	\$ 40,00
Total	\$ 760,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: Autora

OTROS ACTIVOS

Tabla # 34

OTROS ACTIVOS		Valor Total	% Amortización	Amortización anual	Amortización mensual
Utensilios de Limpieza	1er trimestre	41,41	100 %	41,41	3,45
Utensilios de Limpieza	2do trimestre	41,41	100 %	41,41	3,45
Utensilios de Limpieza	3er trimestre	41,41	100 %	41,41	3,45
Utensilios de Limpieza	4to trimestre	41,41	100 %	41,41	3,45
Total		165,64			13,80

Fuente: Elaboración propia

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

Los gastos de utensilios de limpiezas se los realizará cada trimestre de \$ 41,41; a continuación se detalla cada uno de los utensilios con su precio unitario que utilizará la empresa.

Tabla # 35

UTENSILEOS DE LIMPIEZA		
DETALLE	PRECIO	TOTAL ANUAL
Balde	\$ 2,89	\$ 11,56
Cepillo	\$ 0,78	\$ 3,12
Cepillo de Baño	\$ 2,28	\$ 9,12
Cloro (Galón)	\$ 1,30	\$ 5,20
Desinfectador (Galón)	\$ 2,60	\$ 10,40
Detergente (5 Kilos)	\$ 11,98	\$ 47,92
Escoba	\$ 3,58	\$ 14,32
Fundas de Basuras (10 Fundas)	\$ 1,75	\$ 7,00
Guantes	\$ 1,56	\$ 6,24
Pala	\$ 1,65	\$ 6,60
Paños (Limpia Mesa)	\$ 3,53	\$ 14,12
Paños (Limpia Piso)	\$ 2,76	\$ 11,04
Tacho de Basuras (2 Tachos)	\$ 1,75	\$ 7,00
Trapeador	\$ 3,00	\$ 12,00
Total	\$ 41,41	\$ 165,64

Fuente: Elaboración propia

4.1.2.2 COSTOS

En cada una de las tablas se detalla las cuentas que conforman los costos fijos y variables con su respectivo valor, con proyección a cinco años y su total anual.

4.1.2.2.1 COSTOS FIJOS

Los costos fijos de “Mundo Mágico” corresponden a los sueldos y salarios del personal, gastos en suministros de oficina que se realiza anualmente las compras, el consumo de internet, siendo una tarifa fija a pagar cada mes, el permiso de

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

funcionamiento que se paga al de Durán, los gastos de las depreciaciones de los activos fijos y las amortizaciones de activos diferidos.

Los gastos fijos de publicidad corresponden a los anuncios publicitarios y los presupuestos para las estrategias promocionales que tiene una variación anual

COSTOS FIJOS

Tabla # 36

COSTOS FIJOS					
	2013	2014	2015	2016	2017
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneración Anual	28 897,04	31 786,74	34 965,41	38 461,95	42 308,15
Gasto en suministros de oficina anual	240,00	264,00	290,40	319,44	351,38
Gasto anual en internet	270,00	297,00	326,70	359,37	395,31
Permisos de funcionamiento	50,00	55,00	60,50	66,55	73,21
Gasto anual en depreciación	4 426,75	4 426,75	4 426,75	4 090,56	4 090,56
Amortización anual en AD	14 853,84	14 853,84	14 853,84	14 853,84	14 853,84
Gasto anual fijo en publicidad	6 704,80	6 485,64	6 809,92	7 150,41	7 507,93
TOTAL ANUAL	55 442,42	58 168,96	61 733,52	65 302,13	69 580,38
TOTAL MENSUAL	4 620,20	4 847,41	5 144,46	5 441,84	5 798,36

Fuente: Elaboración propia

4.1.2.2.2 COSTOS VARIABLES

Los costos variables por paquetes se definen en los costos por cada tipo de paquetes que ofrece “Mundo Mágico” y los servicios que agregan valor.

En el primer año se espera obtener un total de 228 clientes lo que genera \$ 65 005.00 de costos que pueden variar dentro del periodo contable, por factores del macroentorno que afecten estos costos.

NOTA: En la tabla # 37 y gráfico # 10 se podrá observar que los costos disminuyeron notoriamente, ya que se hizo un reajuste en las ventas.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

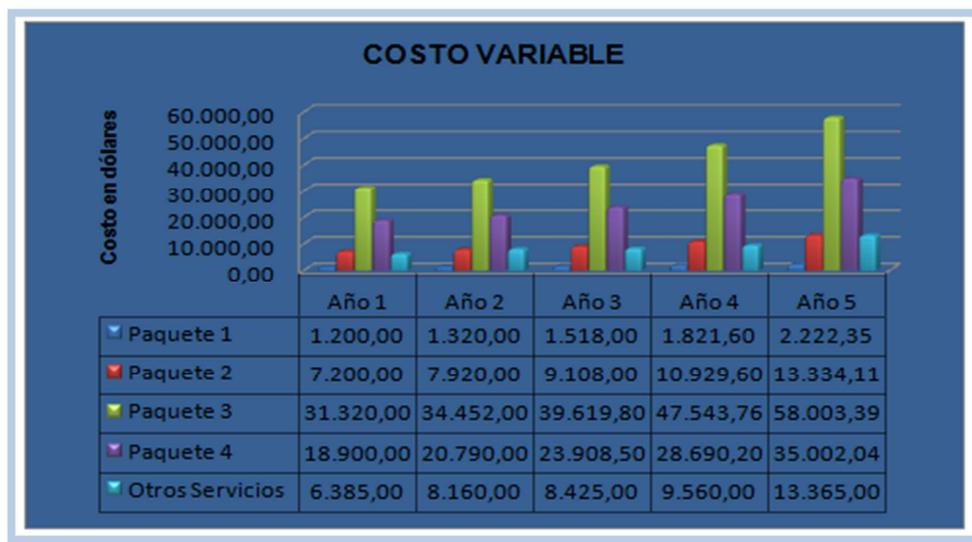
COSTO VARIABLES

Tabla # 37

COSTOS VARIABLES					
	2013 Año 1	2014 Año 2	2015 Año 3	2016 Año 4	2017 Año 5
Costos por paquete	65 005,00	72 642,00	82 579,30	98 545,16	121 926,90
TOTAL ANUAL	65 005,00	72 642,00	82 579,30	98 545,16	121 926,90
TOTAL MENSUAL	5 417,08	6 053,50	6 881,61	8 212,10	10 160,57

Fuente: Elaboración propia

Gráfico # 10



Fuente: Elaboración propia

4.1.2.2.3 COSTOS POR PAQUETE

NOTA: Ya que se han modificado el # de eventos a realizar en cada uno de los paquetes, también se modificó los costos de cada uno de los paquetes.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

La cantidad de clientes se determinaron a través del mercado meta, en donde 48 clientes prestarán los servicios del paquete # I a un costo de \$ 25,00 obteniendo el primer año \$ 1 200,00 por todas las ventas generadas.

COSTOS PAQUETE I

Tabla # 38

COSTOS POR PAQUETE I					
	2013 Año 1	2014 Año 2	2015 Año 3	2016 Año 4	2017 Año 5
Cantidad clientes	48	53	61	73	89
Servicio de Limpieza	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Materiales de diversión	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Decoración	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Costos mensuales	100,00	110,00	126,50	151,80	185,20
Costos anuales	1 200,00	1 320,00	1 518,00	1 821,60	2 222,35
Incremento		0,10	0,15	0,20	0,22

Fuente: Elaboración propia

COSTOS PAQUETE II

Tabla # 39

COSTOS POR PAQUETE II					
	2013 Año 1	2014 Año 2	2015 Año 3	2016 Año 4	2017 Año 5
Cantidad clientes	36	40	46	55	67
Servicio de Limpieza	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Materiales de diversión	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Decoración	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Piqueos	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Costos mensuales	600,00	660,00	759,00	910,80	1 111,18
Costos anuales	7 200,00	7 920,00	9 108,00	10 929,60	13 334,11
Incremento		0,10	0,15	0,20	0,22

Fuente: Elaboración propia

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

En el paquete II se espera realiza 36 eventos en el año 2013, el costo de este paquete es de \$ 200,00, que en el año a \$ 7 200,00.

COSTOS PAQUETE III

Tabla # 40

COSTOS POR PAQUETE III					
	2013 Año 1	2014 Año 2	2015 Año 3	2016 Año 4	2017 Año 5
Cantidad clientes	108	119	137	164	200
Servicio de Limpieza	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Materiales de diversión	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Decoración	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Piqueos	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Pastelería	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Costos mensuales	2 610,00	2 871,00	3 301,65	3 961,98	4 833,62
Costos anuales	31 320,00	34 452,00	39 619,80	47 543,76	58 003,39
Incremento		0,10	0,15	0,20	0,22

Fuente: Elaboración propia

El costo por paquete III, es de \$ 290,00 lo que genera una demanda de 120 eventos en el año 2013, proyectado en base al mercado meta del 30 % del mercado potencial.

En el año 2013 se espera tener un costo anual de \$ 31 320,00, y al término del año 2017 según la tabla # 38 un costo total de \$ 58 003,39.

COSTOS PAQUETE IV

Tabla # 41

COSTOS POR PAQUETE IV					
	2013 Año 1	2014 Año 2	2015 Año 3	2016 Año 4	2017 Año 5
Cantidad clientes	36	40	46	55	67
Servicio de Limpieza	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Materiales de diversión	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Decoración	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Piqueos	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Pastelería	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Servicios de Animación	235,00	235,00	235,00	235,00	235,00
Costos mensuales	1 575,00	1 732,50	1 992,38	2 390,85	2 916,84
Costos anuales	18 900,00	20 790,00	23 908,50	28.690,20	35 002,04
Incremento		0,10	0,15	0,20	0,22

Fuente: Elaboración propia

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

El costo por paquete ofrecido es de \$ 425.00, se espera obtener 36 eventos en el primer año que generaría un costo de \$ 18 900.00.

COSTOS DE OTROS SERVICIOS

Los servicios adicionales que tiene “Mundo Mágico”, generan un costo de \$ 6 775,00 el primer año, obteniendo un promedio de 125 clientes que contraten los diferentes servicios que ofrece, como son fotografías, meseros, música entre otros

Tabla # 42

OTROS COSTOS POR SERVICIOS					
	2013 Año 1	2014 Año 2	2015 Año 3	2016 Año 4	2017 Año 5
Cantidad clientes	116	151	155	176	242
Fotografía	10	10	10	10	10
Filmación	3	8	10	8	8
Banner	3	8	5	8	5
Música	30	50	50	60	80
Meseros	70	75	80	90	139
Fotografía	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Filmación	150,00	400,00	500,00	400,00	400,00
Banner	135,00	360,00	225,00	360,00	225,00
Música	1 500,00	2 500,00	2 500,00	3 000,00	4 000,00
Meseros	4 200,00	4 500,00	4 800,00	5 400,00	8 340,00
Ventas anuales	6 385,00	8 160,00	8 425,00	9 560,00	13 365,00
Incremento		0,30	0,03	0,14	0,38

Fuente: Elaboración propia

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

RESUMEN DE COSTOS POR PAQUETES

Tabla # 43

RESUMEN DE COSTOS					
	2013 Año 1	2014 Año 2	2015 Año 3	2016 Año 4	2017 Año 5
Número Clientes	228	251	288	346	422
Paquete 1	1 200,00	1 320,00	1 518,00	1 821,60	2 222,35
Paquete 2	7 200,00	7 920,00	9 108,00	10 929,60	13 334,11
Paquete 3	31 320,00	34 452,00	39 619,80	47 543,76	58 003,39
Paquete 4	18 900,00	20 790,00	23 908,50	28 690,20	35 002,04
Otros Servicios	6 385,00	8 160,00	8 425,00	9 560,00	13 365,00
TOTAL COSTOS	65 005,00	72 642,00	82 579,30	98 545,16	121 926,90

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla se podrá observar de una manera resumida los costos de cada uno de los paquetes de los otros servicios que tiene Mundo Mágico.

4.1.2.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS

PROYECCION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

Tabla # 44

PROYECCION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	2013 Año 1	2014 Año 2	2015 Año 3	2016 Año 4	2017 Año 5
Remuneración Anual	28 897,04	31 786,74	34 965,41	38 461,95	42 308,15
Gasto en suministros de oficina anual	240,00	264,00	290,40	319,44	351,38
Gasto anual en internet	270,00	297,00	326,70	359,37	395,31
Permisos de funcionamiento	50,00	55,00	60,50	66,55	73,21
Gasto anual en depreciación	4 426,75	4 426,75	4 426,75	4 090,56	4 090,56
Amortización anual en AD	14 853,84	14 853,84	14 853,84	14 853,84	14 853,84
Honorarios Contables	1 440,00	1 440,00	1 440,00	1 440,00	1 440,00
TOTAL	50 177,62	53 123,33	56 363,60	59 591,71	63 512,45

Fuente: Elaboración propia

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

En este punto se enumerara cada uno de los gastos administrativos de Mundo Mágico entre ellos están los sueldos y salarios de los empleados, las remuneración anuales, los suministros de oficina, los gastos por internet.

SUELDOS Y SALARIOS

Tabla # 45

CARGO	No. de personal	Sueldo mensual unitario	Decimos	Vacaciones	Remuneración mensual total	Remuneración Anual
Gerente	1	1 000,00	1 198,50	453,25	906,50	12 529,75
Secretaria	1	300,00	563,95	135,98	271,95	3 963,33
Contador	1	350,00	609,28	158,64	317,28	4 575,21
Limpieza	1	292,00	556,70	132,35	264,70	3 865,42
Seguridad	1	300,00	563,95	135,98	271,95	3 963,33
TOTAL	5		3 492,37		2 032,37	28 897,04

Fuente: Elaboración propia

Cada uno de los empleados de Mundo Mágico contará con su sueldo y todos los beneficios que por ley les corresponde. A continuación se detalla el cargo y el sueldo que le corresponderá a cada uno ellos:

- ◆ El Gerente tendrá un sueldo de \$ 1 000 dólares mensuales.
- ◆ El sueldo del Contador será de \$ 350,00 mensualmente.
- ◆ La Secretaria de Mundo Mágico recibirá \$ 300,00 al mes.
- ◆ La persona encargada de la seguridad del local ganará \$ 300,00.
- ◆ La persona encargada de mantener limpio el lugar ganará \$ 292,00.

REMUNERACIONES ADMINISTRATIVAS

Tabla # 46

PROYECCIÓN DE REMUNERACIONES ADMINISTRATIVAS					
	2013 Año 1	2014 Año 2	2015 Año 3	2016 Año 4	2017 Año 5
Remuneración Anual	28 897,04	31 786,74	34 965,41	38 461,95	42 308,15

Considerando 10 % de incremento debido al proceso inflacionario y otros agentes externos

Fuente: Elaboración propia

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

SUMINISTROS DE OFICINA

Tabla # 47

PRESUPUESTO EN SUMINISTROS DE OFICINA					
	2013	2014	2015	2016	2017
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto en suministros de oficina mensual	20,00	22,00	24,20	26,62	29,28
Gasto en suministros de oficina anual	240,00	264,00	290,40	319,44	351,38

Considerando 10 % de incremento debido al proceso inflacionario y otros agentes externos

Fuente: Elaboración propia

Los gastos de suministros de oficina en el año 2013 ser á de \$ 240,00

PRESUPUESTO EN INTERNET

Tabla # 48

PRESUPUESTO EN INTERNET					
	2013	2014	2015	2016	2017
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto mensual en internet	22,50	24,75	27,23	29,95	32,94
Gasto anual en internet	270,00	297,00	326,70	359,37	395,31

Considerando 10 % de incremento debido al proceso inflacionario y otros agentes externos

Fuente: Elaboración propia

Para los servicios de Internet se contratará a TvCable, se escogerá el plan de \$ 22,50 y anualmente se pagará \$ 270,00.

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Tabla # 49

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO					
	2013	2014	2015	2016	2017
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Permisos de funcionamiento	50,00	55,00	60,50	66,55	73,21

Considerando 10 % de incremento debido al proceso inflacionario y otros agentes externos

Fuente: Elaboración propia

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

Se pagará \$ 50,00 anualmente por los permisos de funcionamiento.

GASTOS DE DEPRECIACION

Tabla # 50

GASTO DE DEPRECIACIÓN					
	2013	2014	2015	2016	2017
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto mensual en depreciación	368.90	368.90	368.90	340.88	340.88
Gasto anual en depreciación	4 426,75	4 426,75	4 426,75	4 090,56	4 090,56

La depreciación no se ve afectada por los índices inflacionarios

Fuente: Elaboración propia

AMORTIZACIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

Tabla # 51

AMORTIZACIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS					
	2013	2014	2015	2016	2017
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Amortización mensual en AD	1 237,82	1 237,82	1 237,82	1 237,82	1 237,82
Amortización anual en AD	14 853,84				

La amortización no se ve afectada por los índices inflacionarios

Fuente: Elaboración propia

La amortización de los activos diferidos en el año 1 será de \$ 14 853,84.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

4.1.2.4 GASTOS DE VENTA

GASTOS DE PUBLICIDAD

Tabla # 52

GASTO EN PUBLICIDAD					
	2013	2014	2015	2016	2017
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Anuncio en Prensa EL UNIVERSO	\$ 1 920,00	\$ 2 016,00	\$ 2 116,80	\$ 2 222,64	\$ 2 333,77
Capacitaciones GIMSA 2 VECES al año	\$ 106,50	\$ 111,82	\$ 117,41	\$ 123,28	\$ 129,45
Capacitaciones SECAP 2 VECES al año	\$ 110,80	\$ 116,34	\$ 122,16	\$ 128,26	\$ 134,68
Volanteo	\$ 1 480,50	\$ 1 554,53	\$ 1 632,25	\$ 1 713,86	\$ 1 799,56
Stand Feria de Duran	\$ 1 700,00	\$ 1 785,00	\$ 1 874,25	\$ 1 967,96	\$ 2 066,36
Emailing	\$ 805,00	\$ 845,25	\$ 887,51	\$ 931,89	\$ 978,48
Descuento al personal	\$ 24,00	\$ 25,20	\$ 26,46	\$ 27,78	\$ 29,17
Sorteo Anual	\$ 30,00	\$ 31,50	\$ 33,08	\$ 34,73	\$ 36,47
Descuento por cumpleaños	\$ 288,00	\$ 302,40	\$ 317,52	\$ 333,40	\$ 350,07
Responsabilidad Social	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72
Gasto anual en publicidad	6 704,80	6 485,64	6 809,92	7 150,41	7 507,93

* 5% de incremento por alza de precios en proveedores.

Fuente: Elaboración propia

NOTA: Vale aclarar que en la tabla # 52 se consideran valores de: Emailing, Descuentos al personal, Sorteo anual, Descuentos por Cumpleaños y Responsabilidad Social, las cuales no se consideraron anteriormente por eso se nota un incremento en los gastos de publicidad.

- ◆ Se realizarán cuatro anuncios en el Diario El Universo sección La Revista, el anuncio tendrá un tamaño de 9,42cm x 5,43cm, el costo de estos cuatro anuncios será de \$ 1 920,00.
- ◆ Se capacitará al personal encargado de las decoraciones del lugar, con el objetivo de que pueda aprender nuevas tendencias en lo que a fiestas infantiles se refiere así como las diferentes decoraciones que se pueden realizar con globos. Las capacitaciones se realizarán cuatro veces al año en Gimsa y Secap los cuales tienen un costo de \$ 26,62 y \$ 27,70 respectivamente.

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

- ◆ Se entregarán volantes en los lugares más concurridos por los habitantes del Cantón Durán, estas volantes serán entregadas en meses específicos o en eventos que se realicen en el Cantón. Por el volanteo se pagará \$ 1 480,50.
- ◆ Se montará un Stand en la Feria Internacional de Durán el valor es de \$ 1 700,00.

4.1.2.5 GASTOS DE FINANCIAMIENTO

Mundo Mágico se financiará por aportación de socios. Esta empresa básicamente será familiar, ya que los socios serán de una misma familia los cuales aportarán con cierta cantidad de dinero y uno de ellos aparte de aportar con dinero, dará el terreno para la construcción del lugar.

A continuación se detallarán las aportaciones de cada uno los socios

Tabla # 53

FINANCIAMIENTO			
<u>Inversión Total</u>			
Inversión fija		142 630,99	
Capital de Operaciones		8 362,94	
			150 993,93
<u>Capital propio</u>			
Socio 1	45 %	67 947,27	
Socio 2	35 %	52 847,87	
Socio 3	20 %	30 198,79	
			150 993,93

Fuente: Elaboración propia

4.2 ESTADO DE RESULTADO

En el estado de resultado se detallará el desarrollo que podría tener Mundo Mágico en lo que se refiere a Ingresos y Egresos. También se conocerá cual es la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN).

De acuerdo al análisis financiero (ver tabla # 54) que se desarrolla en este capítulo, la tasa de retorno es de 28,62 % con una ganancia neta reflejada en el Valor Actual Neto (VAN) POR \$ 61 886,57.

La tasa de retorno se calcula a través de la proyección de utilidad neta del ejercicio que corresponde desde el año 2013 al 2017. El 28,62 % del TIR permite conocer el retorno de la inversión, calculando a través de los activos fijos, suministros que son necesarios para el funcionamiento de la empresa de eventos infantiles “Mundo Mágico”.

Las ventas son en base a los cuatro paquetes que tiene la empresa, que se estima vender \$ 29 331,00 en total el primer año, los gastos administrativos se compone por las remuneraciones anuales, gastos de suministros, gastos de internet, permisos de funcionamientos, depreciaciones y amortizaciones anuales.

Los gastos de ventas son todos los costos de las estrategias que “Mundo Mágico” aplicará en el cantón Durán.

NOTA: En el estado de resultado se observará una disminución en las ventas ya que un ajuste en el # de paquetes que se venderán, a su vez hay un incremento en los gastos de ventas ya que se consideraron otras herramientas promocionales que anteriormente no se realizó.

Estado de Resultado

Tabla # 54

"Mundo Mágico"
Estado de Resultado

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Inversión Inicial	(142 631)	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo	(8 363)	-	-	-	-	-
VENTAS	-	147 301	186 440	231 296	299 001	394 484
COSTOS	-	65 005	72 642	82 579	98 545	121 927
UTILIDAD EN VENTAS	-	82 296	113 798	148 716	200 455	272 558
(-) GASTOS OPERACIONALES						
Gastos Administrativos	-	(50 178)	(53 123)	(56 364)	(59 592)	(63 512)
Gastos de Venta	-	(6 705)	(6 486)	(6 810)	(7 150)	(7 508)
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	-	(56 882)	(59 609)	(63 174)	(66 742)	(71 020)
UTILIDAD OPERACIONAL	-	25 414	54 188	85 543	133 714	201 537
Pago Impuesto a la Renta 25 %	-	6 353	13 547	21 386	33 428	50 384
(=) UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	-	19 060	40 641	64 157	100 285	151 153
(+) Depreciación y Amortización	-	19 281	19 281	19 281	18 944	18 944
(+) Valor residual de Activos	-	-	-	-	-	842
UTILIDAD BRUTA	-	38 341	59 922	83 438	119 230	170 939
Participación Trabajadores 15 %	-	5 751	8 988	12 516	17 884	25 641
Reserva Legal 10 %	-	3 259	5 093	7 092	10 135	14 530
(=) FLUJO NETO DEL EJERCICIO	(150 994)	29 331	45 840	63 830	91 211	130 768
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)		28,62 %		VALOR ACTUAL NETO (VAN)		61 886,50

Fuente: Elaboración propia

4.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO POR UNIDADES

Tabla # 55

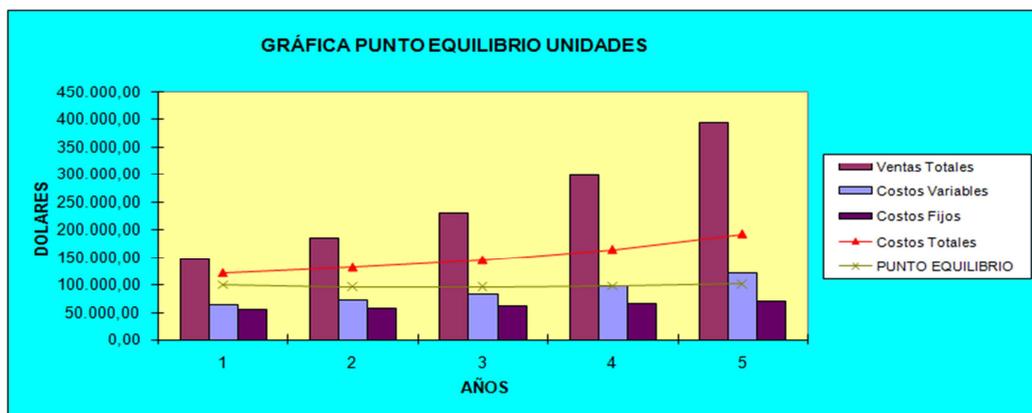
CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES				
	Paquete I	Paquete II	Paquete III	Paquete IV
Precio de Venta	120,00	520,00	675,00	1 165,00
(-) Costo Variable	25,00	200,00	290,00	525,00
(=) Contribución marginal	95,00	320,00	385,00	640,00
(*) Participación en ingresos	0,04	0,13	0,49	0,28
(=) Contribución marginal ponderada	3,71	40,67	190,54	182,22
TOTAL C. Mg. Ponderada	417,14			
Costos fijos	55 442,42			
Costos fijos / C. Mg Pond.	132,91			
Resultados del PE	5,20	16,89	65,78	37,84
PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL	5	17	66	38
PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL	0	1	5	3

Fuente: Elaboración propia

El punto de equilibrio en unidades refiere el nivel de importancia de la venta del paquete IV cuyo margen de contribución es el más representativo, seguido de los paquetes III y II. Lo cual confirma que el enfoque publicitario y de ventas debe estar dirigido a los paquetes de mayor margen de contribución

PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES

Gráfico # 11



Fuente: Elaboración propia

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

PUNTO DE EQUILIBRIO POR UNIDADES MONETARIAS

Tabla # 56

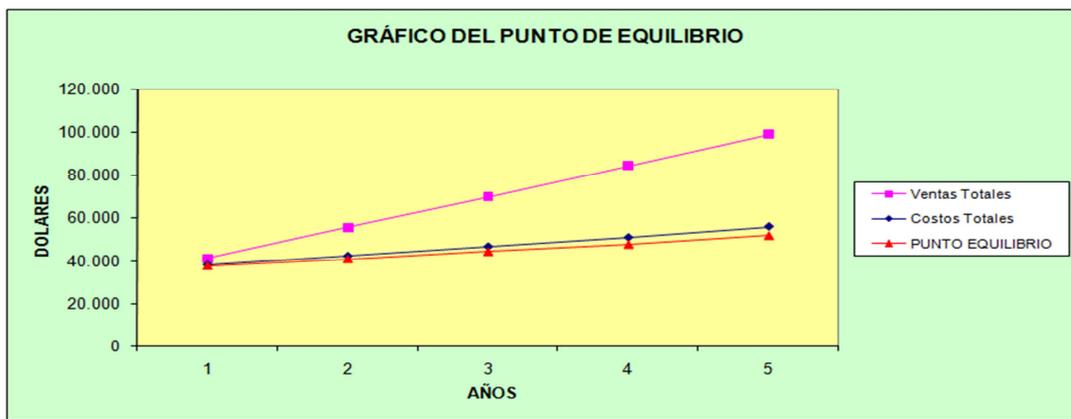
CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MONETARIAS					
	2010 Año 1	2011 Año 2	2012 Año 3	2013 Año 4	2014 Año 5
Ventas Totales	147 301,25	186 439,80	231 295,51	299 000,64	394 484,44
(-) Costo Variable	65 005,00	72 642,00	82 579,30	98 545,16	121 926,90
% Contribución marginal	0,44	0,39	0,36	0,33	0,31
1 - % C Mg	0,56	0,61	0,64	0,67	0,69
Costos fijos	55 442,42	51 683,33	54 923,60	58 151,71	62 072,45
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	99 235,84	84 675,00	85 421,64	86 739,46	89 840,16

Fuente: Elaboración propia

En relación al punto de equilibrio en dólares para que se cubran tanto gastos fijos como variables en el primer año es de \$ 99 235,84 mil dólares, cifra a partir de la cual lo obtenido será utilidad del ejercicio que se podrá capitalizar parcialmente para poder generar un capital de maniobra para el negocio que lo independice de financiamiento de terceros. A partir del segundo año con el incremento de las ventas el punto de equilibrio en dólares se estabiliza en un promedio de \$ 100 706,72 mil dólares.

PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES MONETARIAS

Gráfico # 12



Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIÓN:

Para establecer si el proyecto es rentable, se realizó un análisis de los ingresos y egresos que tendría Mundo Mágico, a su vez se realizó una proyección en su modelo de negocio a cinco años.

“Mundo Mágico” ofrece a sus clientes 4 paquetes promocionales incluidos los servicios de alimentos, animación, decoración, local dependiendo del paquete contratado.

Para determinar la demanda, se tomó en cuenta el número de hogares del cantón Durán de acuerdo al nivel socioeconómico seleccionado, dando en este un total de 746 hogares como mercado potencial, que corresponde al 30% establecidos según los objetivos de marketing.

Después de haber tomado en cuenta los ingresos y egresos de la empresa, que se realizó con cada uno de los datos el estado de resultados en él se ve refleja el valor actual neto que es la ganancia que “Mundo Mágico” obtendrá luego de la inversión que será de \$ 59 861,94, la tasa interna de rentabilidad permitirá conocer a la empresa el rendimiento sobre la inversión de \$ 150 994,00, el cual será de 28,62 % esto quiere decir que se obtendrá una ganancia considerable sobre la inversión el proyecto en el cantón Durán es rentable.

“Para el desarrollo e implementación de este proyecto no aplica el Marketing R.O.I, por que el mismo trata de inversión física (infraestructura), en el año 2013 es donde se plantea las herramientas promocionales.”

“Vale recalcar que marketing R.O.I se enfoca más en planes comunicacionales.”

Plan de mercadeo para la introducción de la empresa de servicios de fiestas infantiles “Mundo Mágico” en el Cantón Durán

SISTEMA DE GESTIÓN Y DE MONITOREO DEL PROYECTO

Tabla # 57

	Objetivos	Indicadores	Periodo	Meta	Resultados	Tendencia	Responsable
Financiero	Incrementar Ingresos	\$ Ingresos	Anual	10%	N/A	N/A	Contador
Consumidor	Captar Clientes	% Aceptación	Anual	30%	N/A	N/A	Gerente

Fuente: Elaboración propia

Para controlar y monitorear los objetivos que se propusieron en el Plan de Marketing, se llevara un control anual para determinar si se están cumpliendo con los objetivos estipulados. La meta para el primer año en lo que respecta a las ventas será de un 10 %, el responsable de llevar el debido control será el contador de la empresa, otro de los objetivos es captar el 30 % del mercado que equivale a 746 hogares en un año el encargado de mediar dicha aceptación será Gerente de Mundo Mágico.

Pregunta: ¿Acostumbra a realizar fiestas infantiles a sus hijos?

Con esta pregunta lo que se desea obtener es la información de nuestros posibles clientes. Los cuales el 79% de las personas encuestas respondieron que SI realiza fiestas infantiles a sus hijos.

¿ACOSTUMBRA A REALIZAR FIESTAS INFANTILES A SU(S) HIJO(S)?

Gráfico # 7



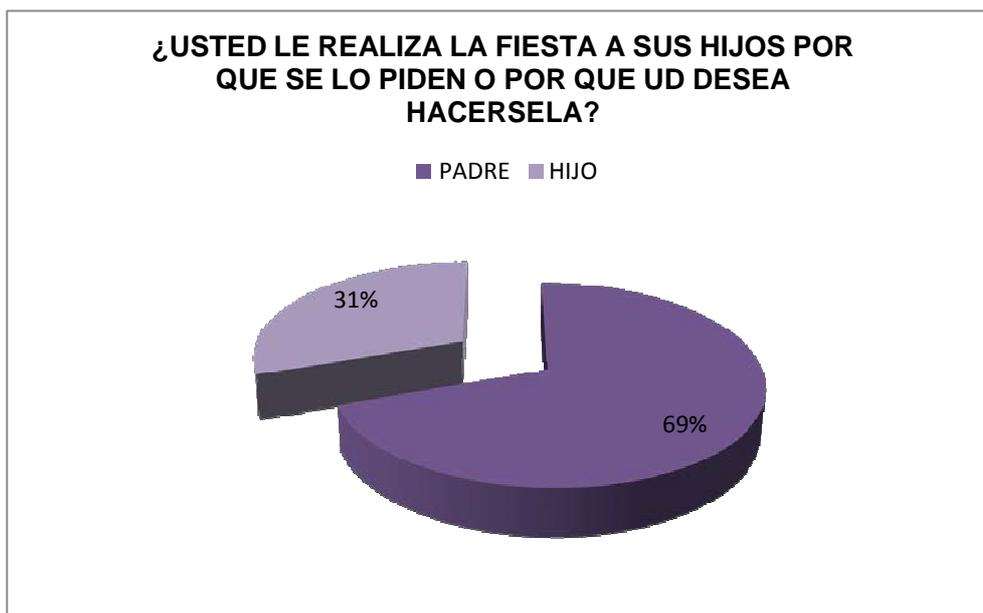
Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

Pregunta: ¿Usted realiza la fiesta a su(s) hijo(s) Por qué se lo piden? o ¿Por qué usted desea hacérsela?

De acuerdo a las respuestas de los padres encuestados el 69 % dicen que realizan las fiestas infantiles a sus hijos porque ellos decían hacérsela y el 31% restante es porque sus hijos le piden.

**¿USTED REALIZA LA FIESTA A SU(S) HIJO(S) POR QUÉ SE LO PIDEN? O
¿POR QUÉ USTED DESEA HACÉRSELA?**

Gráfico # 8



Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

Pregunta: ¿En qué lugares acostumbra a realizar las fiestas de su(s) hijo(s)?

Con esta pregunta lo que se quiere conocer donde acostumbran a realizar las fiestas los padres el 68% realizan las fiestas en su casa, el 25% en casa de algún familiar y el otro 27% de las personas lo hacen en lugares alquilados.

¿EN QUÉ LUGARES ACOSTUMBRA A REALIZAR LAS FIESTAS DE SU(S) HIJO(S)?

Gráfico # 9



Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

ANEXOS

ANEXO 1: RESULTADOS CENSO DE POBLACIÓN 2001 - 2010

CENSO 2001

Resultados Censo de Población

Provincias Cantones:

2001

GUAYAS

DURAN

Consultar

Total	178.714
Mujeres	90.522
Hombres	88.192

CENSO 2010

Resultados Censo de Población

Provincias Cantones:

2010

GUAYAS

DURAN

Consultar

Total	235.769
Mujeres	119.368
Hombres	116.401

ANEXO 2: FORMATO DE FOCUS GROUP

- 1.- ¿Dónde acostumbra celebrar las fiestas de su(s) hijo(s)?
- 2.- ¿A quién invita a la fiesta? ¿A los hijos de sus amigos o los amigos de su hijo?
- 3.- ¿Qué es lo primero que busca al momento de organizar la fiesta de su(s) hijo(s)?
- 4.- ¿Qué servicios Ud. contrata al momento de realizar la fiesta de su(s) hijo(s)?
- 5.- ¿Qué cosas compra para la fiesta de su(s) hijo(s)?
- 6.- ¿El precio influye en Ud. al momento de planificar la fiesta de su(s) hijo(s)?
- 7.- ¿El lugar es un factor importante para organizar la fiesta de su(s) hijo(s)?
- 8.- ¿Dónde le gustaría organizar la fiesta de su(s) hijo(s)?
- 9.- ¿Bajo qué factores Ud. elige el sitio donde va hacer la fiesta de su(s) hijo(s)?
- 10.- ¿Le gustaría contar con promociones al momento de organizar la fiesta de su(s) hijo(s)? ¿Cuáles?
- 11.- ¿Le gustaría contar con un lugar que organice fiestas infantiles en el Cantón Durán, y que le preste servicios adicionales como: animación, pastelería, sonido y fotografía?
- 12.- ¿Cómo le gustaría que fuera su infraestructura?
- 13.- ¿Qué beneficios le gustaría obtener de este sitio?
- 14.- ¿Qué servicios le gustaría que le brinde este lugar?
- 15.- ¿Qué es lo que más le motivaría para adquirir este servicio?
- 16.- Por último, ¿Qué le dice el nombre The World Kid's Party?

ANEXO 3: CUESTIONARIO DE ENCUESTA

ENCUESTA

Género: F M

Nombre: _____

Dirección: _____

Edad: 18 – 24 25 – 31 32 – 38 39 o más

1. ¿Tiene hijos? (Si su respuesta es “NO” termina encuesta)

Si No

2.- ¿Cuántos hijos tiene?

1 3
2 4
+5

3. ¿Qué edad tienen sus hijos?

Edad	1	2	3	4	+5
0 – 2 años					
3 – 5 años					
6 – 8 años					
9 – 14 años					

4.- ¿Acostumbra a realizar fiestas infantiles a su(s) hijo(s)? (Si su respuesta es "SI" pase a la pregunta 5) (Si su respuesta es "NO" pase a la pregunta 8)

Si

No

5.- ¿Usted le realiza la fiesta a su(s) hijo(s) porque se lo piden o porque Ud. desea hacérsela?

Padres

Hijos

6.- ¿En qué lugares acostumbra a realizar las fiestas de sus hijos?

Casa

Lugares
Alquilado _____

Casa de Familiares

Otros _____

7.- ¿Cuánto es su presupuesto a la hora de realizar las fiestas de sus hijos?
(Pase a la pregunta 8)

0 - \$ 350

\$ 651 - \$ 950

\$ 351 - \$ 650

\$ 951 o más

8.- ¿Estaría dispuesto a realizar fiestas infantiles?

Si

No

9.- ¿Qué lugares conoce que organicen fiestas infantiles?

En Durán

En Guayaquil

No conoce

No conoce

10.- ¿Le gustaría contar con un lugar que preste el servicio de organización de fiestas infantiles en el Cantón Durán?

Si No

11.- ¿Le gustaría que esté ubicado en la Av. Nicolas Lapentti? (Av. Principal del Cantón Duran)

Si No

12.- ¿Cómo le gustaría recibir información del lugar de servicio de organización de fiestas infantiles? (Enumere del 1 al 4 siendo el 1 el más importante y el 4 el menos importante)

Correo Facebook
Volantes Radio
Pagina Web

13.- ¿Qué factores son los que Usted considera al momento de adquirir el servicio de organización de fiestas infantiles? (Enumere del 1 al 4 siendo el 1 el más importante y el 4 el menos importante)

Precio Infraestructura
Sonido Pastelería
Fotografía Animación
Juegos Infantiles

14. ¿Qué servicios adicionales le gustaría obtener del lugar que organice fiestas infantiles?

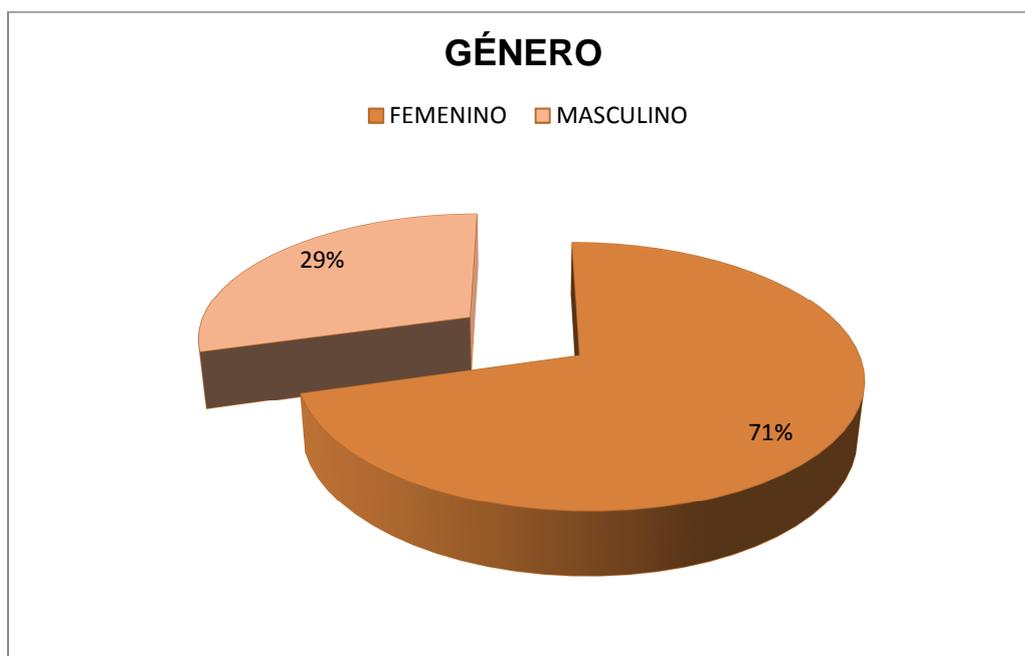
ANEXO 4: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Pregunta: Género

Se realizó a los habitantes del Cantón Durán 384 encuestas, el 71% de los encuestados representa las 271 mujeres, el 29% restante fueron los 113 hombres encuestados.

GÉNERO

Gráfico # 1



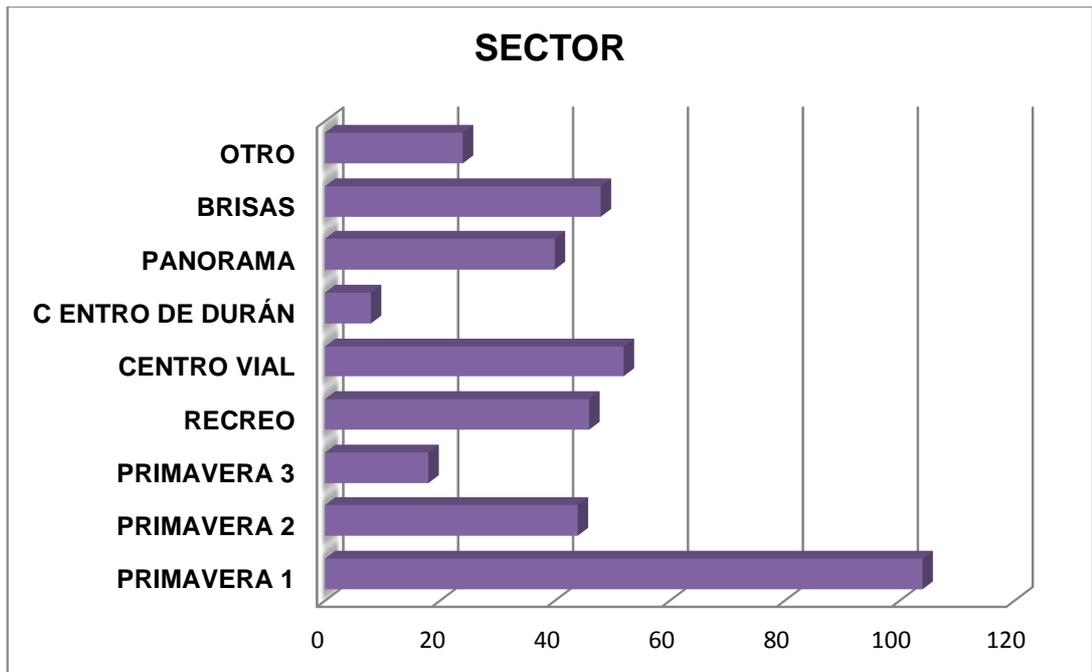
Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

Pregunta: Sector

Las 384 encuestas que se realizó en ciertos sectores del Cantón, los 4 sectores que indago más según el gráfico son: Primavera 1, Centro Vial, Brisas y El Recreo, estos 4 sectores representan el 66% de las personas encuestadas.

SECTOR

Gráfico # 2



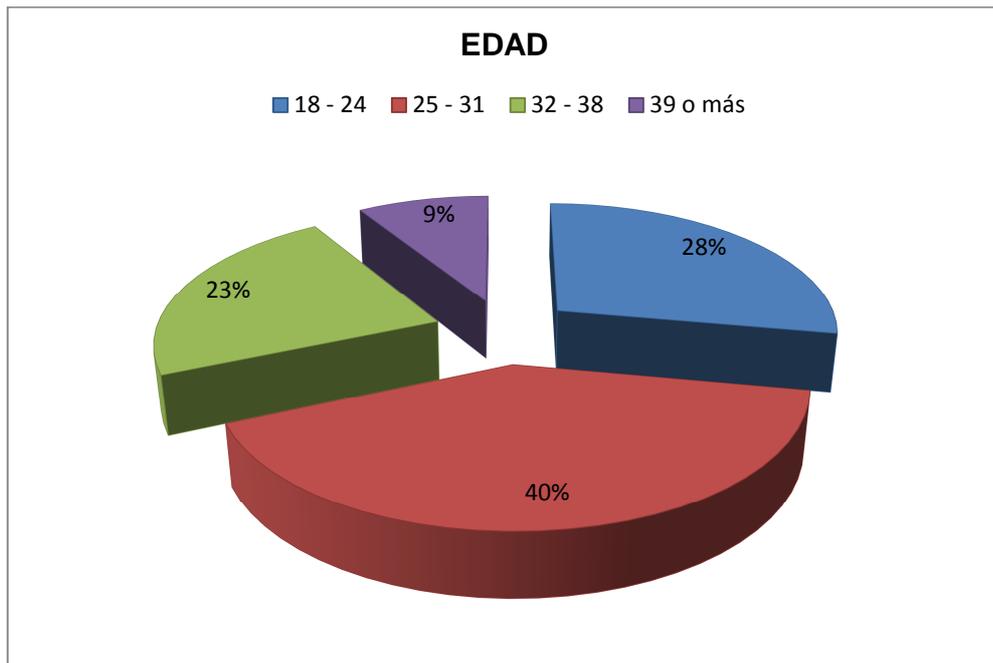
Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

Pregunta: Edad

Se analizó los diferentes rangos de edad de los padres, se encontró los siguientes porcentajes entre 18 – 24 años es un 28%, de 25 – 31 años es un 40%, de 32 – 38 años es un 23% y padres de 39 años o más es el 9%.

EDAD

Gráfico # 3



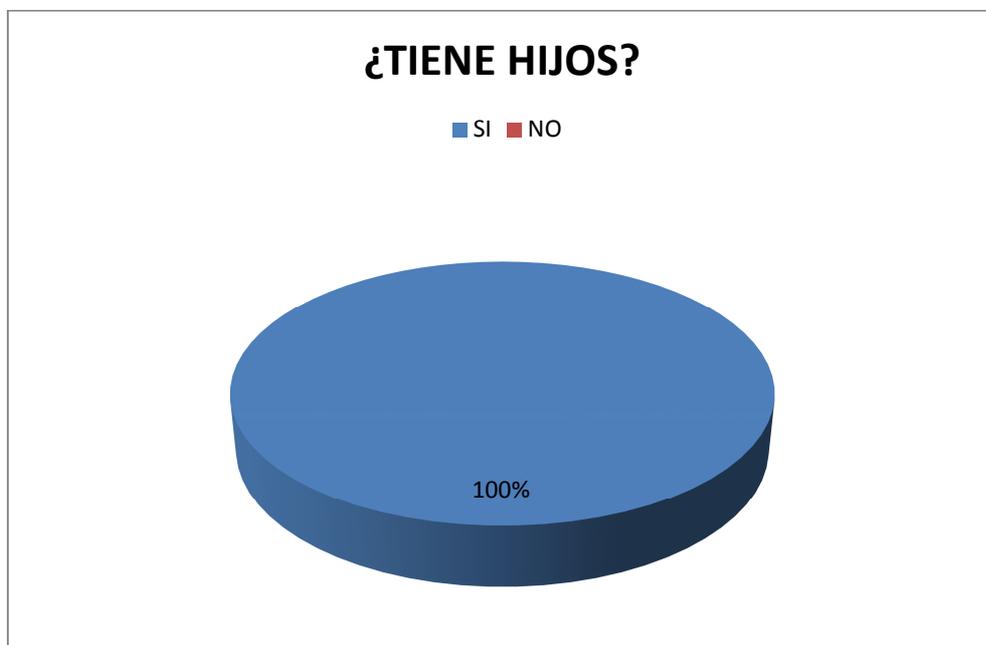
Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

Pregunta: ¿Tiene hijos?

De las 384 personas encuestadas el 100% respondió que si tenían hijos.

¿TIENE HIJOS?

Gráfico # 4



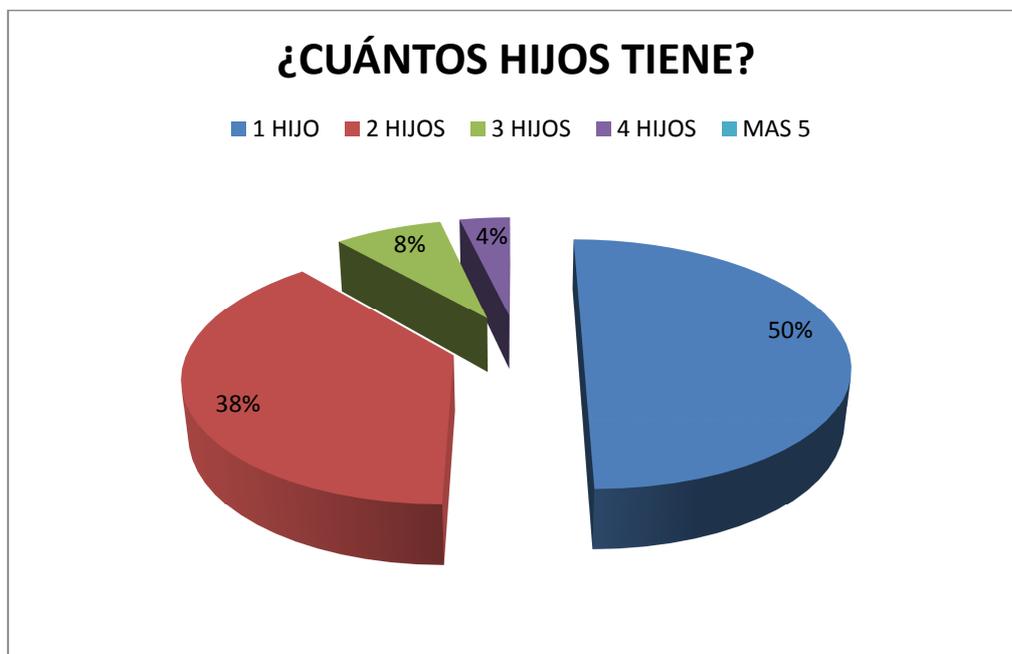
Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

Pregunta: ¿Cuántos hijos tiene?

Según los resultados de las encuestas el 50% de los encuestados tienen un solo hijo, el 38% tienen 2 hijos y el 12% representa a los encuestados que tienen entre 3 a 4 hijos.

¿CUÁNTOS HIJOS TIENE?

Gráfico # 5



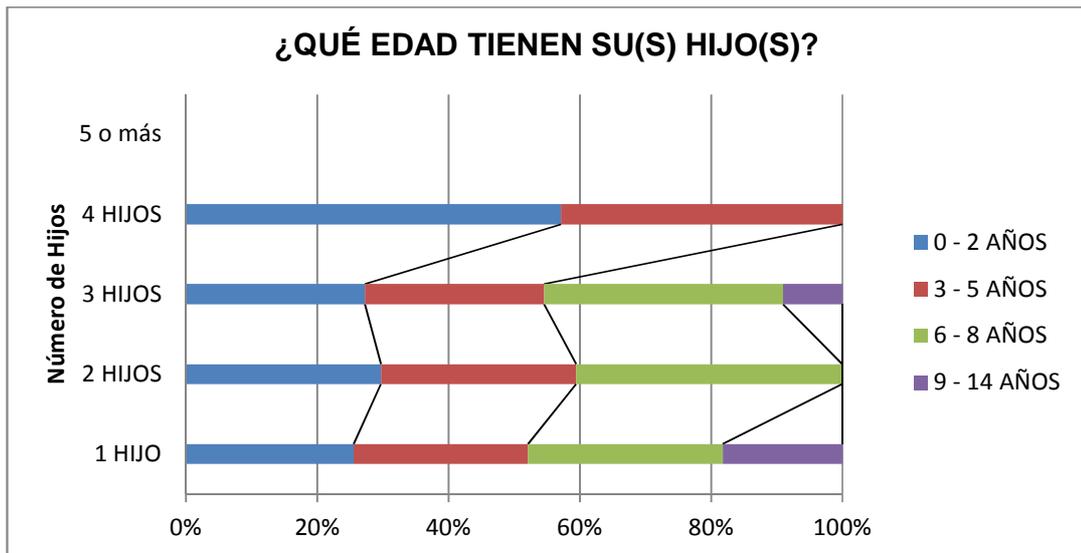
Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

Pregunta: ¿Qué edad tiene sus hijos?

Analizando los rangos de edades de los niños se puede observar que el 33% son niños de 6 a 8 años, el 28% son niños de 3 – 5 años, el 28% son bebés que tienen entre 0 – 2 años y el 11% restante son niños entre 9 – 14años.

¿QUÉ EDAD TIENE SU(S) HIJO(S)?

Gráfico # 6



Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

Pregunta: ¿Acostumbra a realizar fiestas infantiles a sus hijos?

Con esta pregunta lo que se desea obtener es la información de nuestros posibles clientes. Los cuales el 79% de las personas encuestas respondieron que SI realiza fiestas infantiles a sus hijos.

¿ACOSTUMBRA A REALIZAR FIESTAS INFANTILES A SU(S) HIJO(S)?

Gráfico # 7



Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

Pregunta: ¿Usted realiza la fiesta a su(s) hijo(s) Por qué se lo piden? o ¿Por qué usted desea hacérsela?

De acuerdo a las respuestas de los padres encuestados el 69 % dicen que realizan las fiestas infantiles a sus hijos porque ellos decían hacérsela y el 31% restante es porque sus hijos le piden.

**¿USTED REALIZA LA FIESTA A SU(S) HIJO(S) POR QUÉ SE LO PIDEN? O
¿POR QUÉ USTED DESEA HACÉRSELA?**

Gráfico # 8



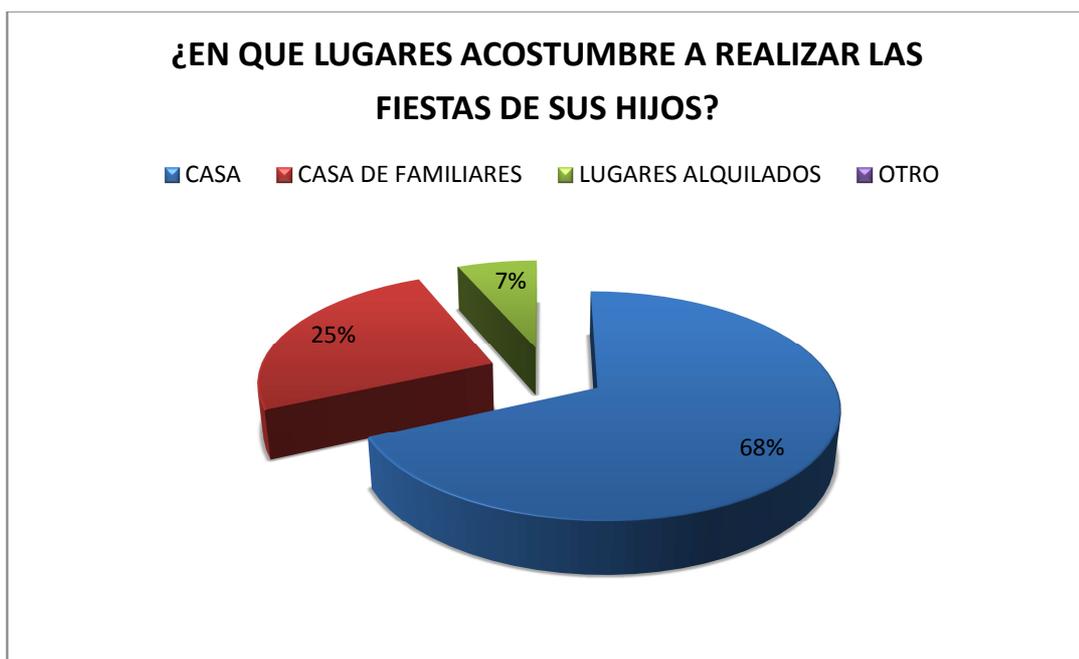
Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

Pregunta: ¿En qué lugares acostumbra a realizar las fiestas de su(s) hijo(s)?

Con esta pregunta lo que se quiere conocer donde acostumbran a realizar las fiestas los padres el 68% realizan las fiestas en su casa, el 25% en casa de algún familiar y el otro 27% de las personas lo hacen en lugares alquilados.

¿EN QUÉ LUGARES ACOSTUMBRA A REALIZAR LAS FIESTAS DE SU(S) HIJO(S)?

Gráfico # 9



Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

Pregunta: ¿Estaría dispuesto a realizar fiestas infantiles?

Las 384 personas encuestas respondieron que SI estarían dispuestos a realizar las fiestas de sus hijos.

¿ESTARÍA DISPUESTO A REALIZAR FIESTAS INFANTILES?

Gráfico # 10



Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

Pregunta: ¿Qué lugares conoce que organicen fiestas infantiles?

Con esta pregunta se quiere conocer si los habitantes del cantón conocen algún lugar que organice fiestas infantiles en este cantón todas las personas que fueron encuestas contestaron que no conocían ningún lugar que preste este servicio, también se les preguntó si conocían algún sitio en Guayaquil el 26% de los encuestados dijeron que no conocían, el 19% contestaron Mc Donald's y el 14% la Alborada.

¿QUÉ LUGARES CONOCE QUE ORGANICEN FIESTAS INFANTILES?

DURÁN

Gráfico # 11

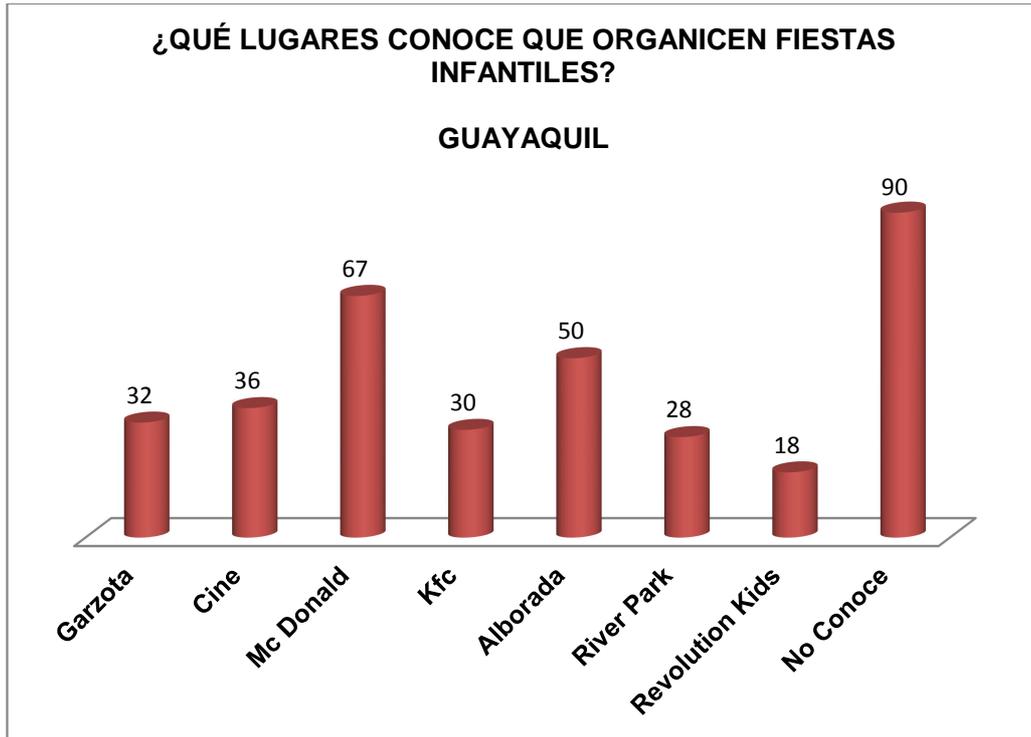


Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

¿QUÉ LUGARES CONOCE QUE ORGANICEN FIESTAS INFANTILES?

GUAYAQUIL

Gráfico # 12



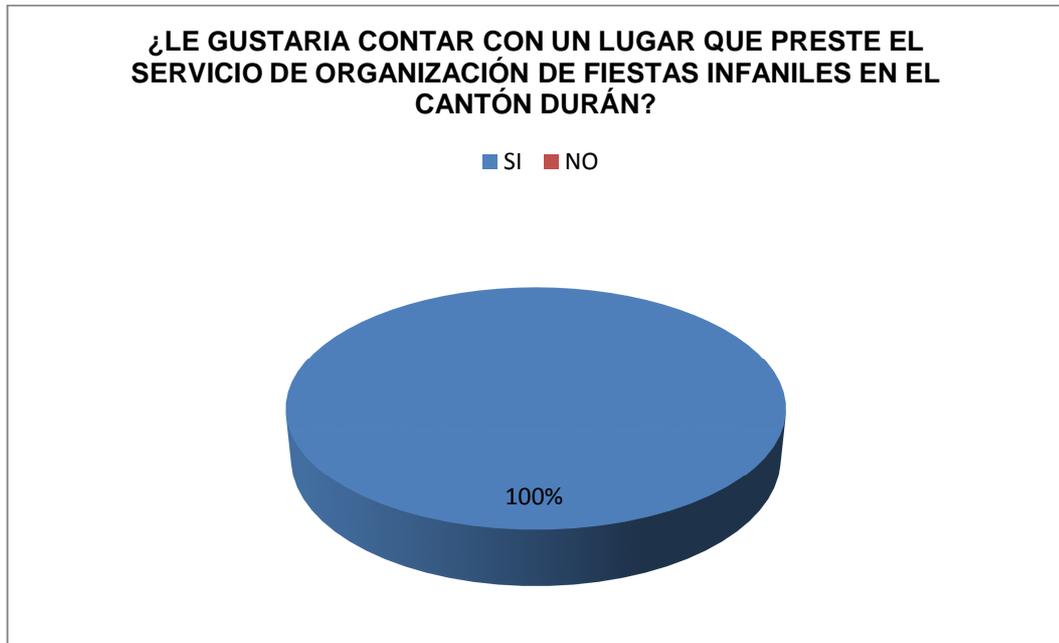
Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

Pregunta: ¿Le gustaría contar con un lugar que preste el servicio de organización de fiestas infantiles en el Cantón Durán?

Esta pregunta nos ayudara a conocer si las personas del Cantón les gustaría que existiera en Durán un lugar que le preste el servicio de organización de fiestas.

¿LE GUSTARÍA CONTAR CON UN LUGAR QUE PRESTE EL SERVICIO DE ORGANIZACIÓN DE FIESTAS INFANTILES EN EL CANTÓN DURÁN?

Gráfico # 13



Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

Pregunta: ¿Le gustaría que esté ubicado en la Av Nicolás Lapentti?

Los 84 % de los encuestados respondieron que SI les gustaría que esté ubicado en la Av. Nicolás Lapentti y el 16 % dijeron que no les importaba que esté ubicado en esa Avenida con tal de que haya uno en este Cantón.

¿LE GUSTARÍA QUE ESTÉ UBICADO EN LA AV NICOLÁS LAPENTTI?

Gráfico # 14



Fuente: Elaboración propia usando los datos de las Encuestas

ANEXO 5: FOCUS GROUP MADRES

PRIMER FOCUS GROUP

Tabla # 1

FICHA TECNICA			
Nombre	Edad	Número de Hijos	Edades de los hijos
María Isabel Rojas	43	2	10 y 13 años
Mayra Castro	26	2	7 y 2 años
Kristel Noboa	18	1	9 meses
María Pilar Caicedo	19	1	4 meses
Amanda Caicedo Chávez	36	2	5 y 2 años
Karelia Guzmán	24	2	5 y 4 años
Amparo Caicedo	48	3	21, 19 y 12 años

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group (2011)

Pregunta: ¿A quién invita a la fiesta? ¿A los hijos de sus amigos o los amigos de sus hijos?

Tabla # 2

PERSONAS QUE INVITAN					
Nombre de las madres	Amigos de su hijo	Hijos de sus Amigos	Compañeros de la escuela o Iglesia	Vecinos	Familia
María Isabel Rojas	X	X			
Mayra Castro	X				X
Kristel Noboa		X		X	X
María Pilar Caicedo		X			X
Amanda Caicedo Chávez			X	X	
Karelia Guzmán	X	X			
Amparo Caicedo			X		X

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group (2011)

Pregunta: ¿Qué servicios Ud. contrata al momento de realizar la fiesta de su(s) hijo(s)?

Tabla # 3

SERVICIOS QUE CONTRATAN o CONTRARIAN PARA ORGANIZAR LA FIESTA						
Nombre de las madres	Payaso	Hora loca	Animador	Decoración	Titeres	Organización de la fiesta
María Isabel Rojas	X					
Mayra Castro		X				
Kristel Noboa	X					
María Pilar Caicedo				X		
Amanda Caicedo Chávez			X			
Karelia Guzmán					X	
Amparo Caicedo						X

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group (2011)

Pregunta: ¿Qué servicios Ud. contrata al momento de realizar la fiesta de su(s) hijo(s)?

Tabla # 4

SERVICIOS QUE CONTRATAN o CONTRARIAN PARA ORGANIZAR LA FIESTA						
Nombre de las madres	Payaso	Hora loca	Animador	Decoración	Titeres	Organización de la fiesta
María Isabel Rojas	X					
Mayra Castro		X				
Kristel Noboa	X					
María Pilar Caicedo				X		
Amanda Caicedo Chávez			X			
Karelia Guzmán					X	
Amparo Caicedo						X

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group (2011)

Pregunta: ¿Qué cosas compra para la fiesta de su(s) hijo(s)?

Tabla # 5

COSAS QUE COMPRAN PARA LA FIESTA				
Nombre de las madres	Sorpresas	Regalos para los concursos	Caramelos	Globos, Serpentin, Piñata
María Isabel Roja	X	X		
Mayra Castro			X	
Kristel Noboa	X			X
María Pilar Caicedo	X			X
Amanda Caicedo Chávez			X	
Karelia Guzmán	X		X	
Amparo Caicedo			X	

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group (2011)

Pregunta: ¿Qué tipos de promociones le gustaría que le ofrezcan?

Tabla # 6

PROMOCIONES QUE LES GUSTARIA						
Nombre de las madres	Torta	Decoración	Local	Opciones de Servicios	Música	Comida
María Isabel Rojas	X		X			
Mayra Castro		X				
Kristel Noboa		X				
María Pilar Caicedo		X			X	
Amanda Caicedo Chávez				X		
Karelia Guzmán						X
Amparo Caicedo						X

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group (2011)

Pregunta: ¿Qué tipos de servicios adicionales le gustaría que le ofrezcan?

Tabla # 7

SERVICIOS ADICIONALES QUE LES GUSTARIA									
Nombre de las madres	Comida	Musica	Hora loca	Atención	Animación	Payaso	Fotografía	Limpieza	Caritas Pintadas
María Isabel Rojas	X	X	X						
Mayra Castro				X					
Kristel Noboa	X				X				X
María Pilar Caicedo						X	X		
Amanda Caicedo Chávez				X				X	
Karelia Guzmán							X		
Amparo Caicedo				X				X	

Elaboración propia usando los datos del Focus Group (2011)

Pregunta: ¿El precio influye en Ud. al momento de planificar la fiesta de su(s) hijo(s)?

Todas las madres coincidieron en decir que el precio influye mucho ya que se deben ajustar a un presupuesto, por ende buscan cosas que este dentro del mismo ya que siempre andan en la búsqueda de todo que sea bueno, bonito y barato.

Pregunta: ¿El lugar es un factor importante para organizar la fiesta de su(s) hijo(s)?

Las madres reunidas concordaron que el lugar es un factor importante ya que ellas acostumbran a realizar las fiestas en las casas y consideran que los niños deben tener espacio para jugar, así que debe ser un lugar amplio, al aire libre.

Pregunta: ¿Dónde le gustaría organizar la fiesta de su(s) hijo(s)?

Todas las madres le gustaría organizarles la fiesta a sus hijos en local que tenga:

- ✿ Juegos para los niños
- ✿ Lugar amplio
- ✿ Aire libre

- Cómodo
- Lugar seguro
- Variedad en Servicio

Pregunta: ¿Le gustaría contar con un lugar que organice fiestas infantiles en el Cantón Durán, y que le preste servicios adicionales como: animación, pastelería, sonido y fotografía?

Todas coincidieron que les gustaría contar con lugar que organice fiestas infantiles en el Cantón, ya que han buscado un lugar que presente este servicio y no existe lugar en Durán, consideran que existiendo un lugar en Durán ya no se verían en la necesidad de ir a Guayaquil a buscar un lugar que le preste este servicio.

Pregunta: ¿Qué es lo que más le motivaría para adquirir este servicio?

Factores que motivarían a las madres adquirir este servicio son:

- Comodidad
- Precio
- Buen trato
- Diferentes Servicios

SEGUNDO FOCUS GROUP

Tabla # 8

FICHA TECNICA			
Nombre	Edad	Número de Hijos	Edades de los hijos
Jessica Suárez	31	1	10 años
Susana Estrella	36	3	19, 17 y 10 años
Maribel Loja	29	2	7 y 9 meses
Wendy Sierra	28	2	11 y 6 años
María Domínguez	28	1	2 años
Nelly Franco	28	1	1 años
Dora Cáceres	33	2	8 y 2 años
María José Castro	23	1	3 años

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group (2011)

Pregunta: ¿A quién invita a la fiesta? ¿A los hijos de sus amigos o los amigos de su hijo?

Tabla # 9

PERSONAS QUE INVITAN					
Nombre de las madres	Amigos de su hijo	Hijos de sus Amigos	Compañeros de la escuela	Vecinos	Familia
Jessica Suárez	X		X		X
Susana Estrella			X		X
Maribel Loja	x			x	X
Wendy Sierra	x		X		X
María Domínguez		x			X
Nelly Franco		x		x	X
Dora Cáceres	x		X	x	X
María José Castro		x			X

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group (2011)

Pregunta: ¿Qué servicios Ud. contrata al momento de realizar la fiesta de su(s) hijo(s)?

Tabla # 10

SERVICIOS QUE CONTRATAN o CONTRARIAN PARA ORGANIZAR LA FIESTA						
Nombre de las madres	Payaso	Animador	Carretas de piqueo	Decoración	Pastelería	Titeres
Jessica Suárez					X	
Susana Estrella			X	X		
Maribel Loja			X			X
Wendy Sierra	X			X		
Maria Domínguez		X			X	
Nelly Franco	X			X		
Dora Cáceres			X		X	
Maria José Castro		X				X

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group (2011)

Pregunta: ¿Qué cosas compra para la fiesta de su(s) hijo(s)?

Tabla # 11

COSAS QUE COMPRAN PARA LA FIESTA					
Nombre de las madres	Platos, Servilletas, Caja para la torta	Regalos para los concursos	Sorpresas	Globos, Serpentinás, Piñata	Caramelos, Cosas para la piñata
Jessica Suárez			X	X	
Susana Estrella	X			X	X
Maribel Loja		X	X	X	
Wendy Sierra	X	X			X
Maria Domínguez	X		X	X	
Nelly Franco		X			X
Dora Cáceres		X	X	X	
Maria José Castro	X		X		X

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group (2011)

Pregunta: ¿Bajo qué factores Ud. elije el sitio donde va hacer la fiesta de su(s) hijo(s)?

Tabla # 12

FACTORES QUE CONSIDERAN AL HACER LA FIESTA EN LOCAL					
Nombre de las madres	Infraestructura	Atención	Precio	Animación	Variedad de Servicios
Jessica Suárez	X		X		
Susana Estrella		X			X
Maribel Loja			X	X	
Wendy Sierra	X				X
Maria Dominguez	X	X			
Nelly Franco			X	X	
Dora Cáceres		X			X
Maria José Castro	X		X		

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group (2011)

Pregunta: ¿Qué tipos de promociones le gustaría que le ofrezcan?

Tabla # 13

SERVICIOS ADICIONALES QUE LES GUSTARIA									
Nombre de las madres	Comida	Música	Hora loca	Atención	Animación	Payaso	Fotografía	Limpieza	Caritas Pintadas
Maria Isabel Rojas	X	X	X						
Mayra Castro				X					
Kristel Noboa	X				X				X
Maria Pilar Caicedo						X	X		
Amanda Caicedo Chávez				X				X	
Karelia Guzmán							X		
Amparo Caicedo				X				X	

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group (2011)

Pregunta: ¿Qué tipos de servicios adicionales le gustaría que le ofrezcan?

Tabla # 14

SERVICIOS ADICIONALES QUE LES GUSTARIA							
Nombre de las madres	Comida	Música	Hora loca	Animación	Payaso	Fotografía	Caritas Pintadas
Jessica Suárez		X			X		
Susana Estrella						X	X
Maribel Loja	X		X				
Wendy Sierra				X		X	
Maria Domínguez				X			X
Nelly Franco	X				X		
Dora Cáceres		X	X				
Maria José Castro				X			X

Fuente: Elaboración propia usando los datos del Focus Group (2011)

Pregunta: ¿El precio influye en Ud. al momento de planificar la fiesta de su(s) hijo(s)?

Todas las madres están de acuerdo que el precio influye cuando van a organizar la fiesta de sus hijos, ya que busca varias opciones y se inclina por la que sea más económica.

Pregunta: ¿El lugar es un factor importante para organizar la fiesta de su(s) hijo(s)?

Al hacerles esta pregunta a las madres todas coincidieron que la infraestructura del sitio debe ser amplia y con las seguridades necesarias para que los niños puedan divertirse sin que los padres se preocupen que sus hijos se puedan lastimar.

Pregunta: ¿Dónde le gustaría organizar la fiesta de su(s) hijo(s)?

A las madres les gustaría organizar la fiesta en un local que le brinde todos los servicios y no tengan la necesidad de ir a varios sitios a conseguir lo que están buscando.

Pregunta: ¿Le gustaría contar con un lugar que organice fiestas infantiles en el Cantón Durán, y que le preste servicios adicionales como: animación, pastelería, sonido y fotografía?

Todas las madres presente contestaron que si les gustaría contar con un lugar que presente todos esos servicios en el Cantón Durán, ya que de esa manera no tendría que ir hasta Guayaquil a buscar lugares que presente este tipo de servicio.

Pregunta: ¿Qué es lo que más le motivaría para adquirir este servicio?

Las motivarían que este lugar sea o tenga:

- Variedad de Servicio
- Sea limpio
- Tenga buenos precios

ANEXO 6: FOCUS DE NIÑOS

Tabla # 15

Nombre: Daniela Margarita Béjar Sierra
Edad: 11 años

ELEMENTO PRINCIPAL DEL DIBUJO:

- ❖ PAYASO

ELEMENTOS SECUNDARIOS DEL DIBUJO:

- ❖ Aire libre
- ❖ Cama Elástica
- ❖ Globos
- ❖ Resbaladera
- ❖ Comida

Observación:

- ❖ No le gusta que le pongan la torta en la cara
- ❖ Tampoco le gusta que se revienten los globos



Daniela Béjar Sierra (2011). Focus Group

Tabla # 16

Nombre: Ricardo Cantos Herrera
Edad: 11 años

ELEMENTO PRINCIPAL DEL DIBUJO:

- ❖ PAYASO

ELEMENTOS SECUNDARIOS DEL DIBUJO:

- ❖ Cama Elástica
- ❖ Cancha de Fútbol
- ❖ Globos
- ❖ Aire libre

Observación:

- ❖ Le gusta la piñata y la hora loca
- ❖ No le gusta bailar



Fuente: Ricardo Cantos Herrera (2011). Focus Group

Tabla # 17

<p>Nombre: Carlos Cortez Pablo Edad: 6 años</p> <p>ELEMENTO PRINCIPAL DEL DIBUJO:</p> <ul style="list-style-type: none">❖ PAYASO <p>ELEMENTOS SECUNDARIOS DEL DIBUJO:</p> <ul style="list-style-type: none">❖ Torta❖ Piñata❖ Globos <p>Observación: No le gusta bailar</p>	
---	--

Fuente: Carlos Cortez (2011). Focus Group

Tabla # 18

<p>Nombre: Heidi Rodríguez Estrella Edad: 10 años</p> <p>ELEMENTO PRINCIPAL DEL DIBUJO:</p> <ul style="list-style-type: none">❖ La Mesa con la Torta <p>ELEMENTOS SECUNDARIOS DEL DIBUJO:</p> <ul style="list-style-type: none">❖ Amigos Jugando❖ Música❖ Globos❖ Piñata <p>Observación:</p> <ul style="list-style-type: none">❖ Le gusta los concursos	
--	--

Fuente: Heidi Rodríguez (2011). Focus Group

ANEXO 7: CÁLCULOS DE CLIENTES

Tabla # 19

PROVINCIA DEL GUAYAS	PERSONAL OCUPADO			REMUNERADO			NO REMUNERADO		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
Durán	31.102	17.154	13.948	21.419	12.937	8.482	9.683	4.217	5.466
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1.908	1.329	579	1.908	1.329	579	.	.	.
Explotación de minas y canteras	18	17	1	18	17	1	.	.	.
Industrias manufactureras	11.299	7.275	4.024	10.563	6.769	3.794	736	506	230
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	173	151	22	173	151	22	.	.	.
Construcción	19	17	2	15	15	.	4	2	2
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y transporte y almacenamiento	8.763	4.296	4.467	3.352	2.171	1.181	5.411	2.125	3.286
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	241	178	63	162	112	50	79	66	13
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	1.705	583	1.122	559	200	359	1.146	383	763
Información y comunicación	561	302	259	191	117	74	370	185	185
Actividades financieras y de seguros	122	60	62	121	59	62	1	1	.
Actividades inmobiliarias	36	20	16	20	10	10	16	10	6
Actividades profesionales, científicas y técnicas	300	141	159	254	112	142	46	29	17
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	231	214	17	207	201	6	24	13	11
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	1.080	869	211	1.079	868	211	1	1	.
Enseñanza	2.195	563	1.632	2.059	517	1.542	136	46	90
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	713	235	478	459	134	325	254	101	153
Artes, entretenimiento y recreación	155	103	52	69	48	21	86	55	31
Otras actividades de servicios	1.583	801	782	210	107	103	1.373	694	679

Fuente: Censo Nacional Económico 2010

Tabla # 20

Categorías	Casos	%
Hogares con 1 miembro	143 163	14,9 %
Hogares con 2 miembros	148 267	15,5 %
Hogares con 3 miembros	19 874	2,1 %
Hogares con 4 miembros	10 372	1,1 %
Hogares con 5 miembros	116 055	12,1 %
Hogares con 6 miembros	191 247	19,9 %
Hogares con 7 miembros	38 635	4,0 %
Hogares entre 8 y más miembros	291 352	30,4 %
Total	958 965	100 %

Fuente: Censo del 2010 INEC

Tabla # 21

ESTABLECIMIENTO	%	No.
Población	100	235 769
Población Económica Activa		31 102
NSE Alto	5%	1 555
NSE Medio	45%	13 996
Total por NSE		12 551
Numero de Hogares (5)	12%	1 882
Numero de Hogares (6)	19,9%	3 094,649
TOTAL		4 976
Mercado Potencial		2 488
Segmento objetivo (30 % en 12 meses)		746

ANUAL

Fuente: Elaboración propia